



ISTARSKA|REGIONE  
ŽUPANIJA ISTRIANA

# Studija valorizacije kulturne baštine Pazina, Buzeta, Svetvinčenta i Kanfanara

\* Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Istarske županije

RAZBOR  
SENSE GRUPA

Zagreb, travanj 2018.



REPUBLIKA HRVATSKA  
Ministarstvo regionalnoga razvoja  
i fondova Europske unije



Operativni program  
**KONKURENTNOST  
I KOHEZIJA**



Europska unija  
Zajedno do fondova EU

# Sadržaj

1	Uvod .....	3
2	Analiza okruženja .....	4
2.1	Kanfanar .....	8
2.2	Svetvinčenat .....	14
2.3	Pazin .....	20
2.4	Buzet .....	27
2.5	Istra Inspirit .....	32
3	Zaključak analitičkog dijela .....	34
3.1	Potencijalni interpretacijski indeks .....	36
3.1.1	Interpretacijski indeks .....	38
3.2	SWOT analiza .....	39
4	Analiza opcija i preporuke .....	40
4.1	Uvod .....	40
4.2	Dionici .....	40
4.2.1	Vanjski dionici .....	40
4.2.2	Predstavnici partnerski institucija KulTourSpirit .....	41
4.3	Opcije upravljanja .....	43
4.4	Opcije interpretacijskih proizvoda .....	52
5	Akcijski plan .....	61
6	Marketinški plan .....	65
6.1	Turistički trendovi u ponudi turističkog proizvoda/usluge .....	65
6.2	Analiza turističkog tržišta i kupaca .....	67
6.3	Analiza konkurenčije (mogućih partnera) integriranog kulturno turističkog razvojnog programa (tema- priče i legende centralne Istre) .....	69
6.4	SWOT .....	70
6.5	Ciljane skupine posjetitelja .....	71
6.6	Definiranje marketing miksa .....	72
7	Zaključak .....	74
8	Bibliografija .....	75
9	Popis tablica .....	77
10	Popis slika .....	77
11	PRILOG 1: Dodatni sadržaj i opis kulturnog konteksta .....	78
12	PRILOG 2: Primjeri povezivanja tema i mesta preko strukture interpretacije destinacije .....	97

# 1 Uvod

Unutrašnjost Istre razvija se prema načelima održivog turizma.<sup>1</sup> Ova potvrđena hipoteza ukazuje na dva vrlo bitna aspekta razvoja turizma koji su primarni u definiranju ovog dokumenta; pozitivan smjer razvoja selektivnog, kulturnog i manifestacijskog turizma te optimalan razvoj turizma (broj posjetitelja) pozitivno prihvaćen od lokalnog stanovništva. Ovi aspekti su polazište analiza i preporuka u valorizaciji kulturne baštine Kanfanara, Svetvinčenta, Pazina i Buzeta.

Valorizacija kulturne baštine podrazumijeva proces usklađivanja svih podataka vezanih uz mogućnosti održivosti destinacije, a ne samo valorizacija sadržaja i kulturno – spomeničke baštine. U skladu s time, studijom valorizacije predmetnih područja i lokacija definiranih projektom KulTourSpirit<sup>2</sup> preporuča se smjer izgradnje i nadogradnje integriranog kulturno turističkog programa. Proces valorizacija kulturne baštine uključuje nekoliko analitičkih parametara: fizičke parametre, socio-ekonomske parametre te znanstvene parametre.<sup>3</sup> Ti parametri bit će uzeti u obzir kod definiranja opcija za moguće razvoje destinacija temeljenih na predmetnim jedinicama kulturne baštine i vezanog sadržaja definiranog u projektu KulTourSpirit. Drugim riječima u dokumentu nije zastupljena široka socio-ekonomska analiza zbog aktualnih analiza drugih strateških dokumenata koji su korišteni kao podloga ovome.

Studija u drugom dijelu predstavlja opcije upravljanja jedinstvenim integriranim kulturno turističkim programom kroz predloženu strukturu interpretiranja sadržaja. Ostala poglavlja odnose se na prijedlog akcijskog i marketinškog plana koje se odnose na uspostavu održivosti destinacije, razvoj osnovnih i lako dostupnih alata informiranja i prenošenja interpretiranog sadržaja, osnovne elemente koji će

zadovoljiti prihodovnu stranu održivosti destinacije i sustava upravljanja.

Zaključno, cilj ove Studije jest ponuditi opcije upravljanja i moguće alate za podizanjem kvalitete kulturno turističke destinacije centralne Istre kroz tematsko povezivanje i interpretaciju kulturnih poveznica. U skladu s time dokument odgovara na slijedeća pitanja:



Slika 1. Područje integriranog kulturno turističkog programa projekta KulTourSpirit

<sup>1</sup> Nikola Vojnović, *Održivi turizam unutrašnjosti Istre*, SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI, 2016, str. 186, ISBN: 978-953-7320-53-9

<sup>2</sup> KulTourSpirit – Revitalizacija kulturne baštine putem Inspirit/ Vrijednost projekta: 6,8 mil. HRK; prijavitelj Grad Pazin, partneri: Istarska županija, grad Buzet, općina Kanfanar, općina Svetvinčenat, Udruga Istra Inspirit. Projekt se odnosi na izradu projektne dokumentacije za sanaciju, revitalizaciju i prenamjenu zaštićenih kulturnih dobara i cjelina u partnerskim gradovima i općinama, koja čini temelj za daljnje aktivnosti i ulaganja.

<sup>3</sup> *Managing cultural world heritage*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2013, ISBN 978-92-3-001223-6, str. 12-29.

1. Kako strukturirati integrirani kulturno turistički program ( proizvodi i interpretacija) temeljem „priča i legendi“ središnje Istre? (poglavlje 2 i poglavlje 4.4.)
2. Što je moguće uključiti i na koji način proširiti kulturno turistički program destinacije? (poglavlja 4.3., 4.4. 5. i 6.)
3. Koje su opcije upravljanja destinacijom i programom? Što sve podrazumijeva upravljanje? (poglavlje 4.3.)
4. Koje su aktivnosti nužne za uspješnu integriranost programa. (poglavlje 5. i 6.)
5. Kako integrirati interpretaciju prostora i tako potencirati veći broj posjeta i duži boravak gostiju?

Kako bi se spomenuta rješenja utilizirala i kako bi prepoznatljivost i održivost destinacije bila održiva potrebno je u nadolazećem periodu donijeti strateške odluke na razini svake Općine/Grada vezana uz opseg integriranog programa, opcijama upravljanja koje se odnose i na sustav prihoda i naplate.

## 2 Analiza okruženja

Unutar glavne grane turizma s predznakom „sunce i more“ u Hrvatskoj ili nekog drugog oblika mas-turizma u svijetu, pojavljuju se specifične, točnije alternativne, grane turizma sa svojim pravilima i specifičnim odnosom prema potrebama turista. Ove promjene i trendovi ukazuju kako se fokus u turizmu i njegovom ishodištu ponovo usmjerava na ljudе, ponaosob i mjesto posjeta. Naime kako raste svijest o potrebi za „boljim turizmom“, od kojeg će svi imati jednak koristi (pružatelji i primatelji iskustva) mijenjaju se očekivanja i ponuda. Turisti su motivirani za doživljajem kulture, prostora drugačijima od drugih destinacija te upoznavanja ljudi drugačijim od njih samih, stoga traže blizak socijalni kontakt unutar privlačnog okruženja. Međutim unutar te paradigme postoji još jedna koja najavljuje preferencije posjetitelja u odabiru mjesta posjeta, a to su mjesta odgovornog i održivog turizma. Upravo ta točaka je ključna i za razvoj buduće destinacije unutrašnjosti Istre, budući da može biti izvorište kreativnih rješenja tj. gdje se kroz ekonomiju znanja koriste nematerijalni resursi.<sup>4</sup>

Iz tog razloga u ovom dokumentu nastojalo se identificirati točke materijalne i nematerijalne baštine s potencijalom uključivanja u sadržaj nove destinacije. Preporučeni analitički parametri u UNESCO-ovom priručniku su slijedeći<sup>5</sup>: fizički parametri, socio-ekonomski parametri te znanstveni parametri. Isti su o ovoj analizi adresirani su kao UNUTARNJI, VANJSKI TE PARAMETRI POVEZIVANJA radi konotacije povezivanja sa lokalitetima.

Za svako mjesto, predmet projekta KulTourSpirit, učinjena je kratka analiza parametara koji upućuju na mogućnost održivog upravljanja kulturnom baštinom te ukazuju na potrebite aktivnosti kako bi se održivost ostvarila. Analiza predstavlja sumirane podatke iz velikog broja dokumenata proizašli iz dva projekta (KulTERRA i KulTourSpirit), te značajnog broja znanstvenih radova, intervjuja, anketa te drugih oblika istraživanja. Radi sveobuhvatnosti analize, u tekstu su sumirani zaključci prema podacima koji se mogu naći u već izrađenim dokumentima s jakim socio-ekonomskim analizama istog ili manje proširenog područja. Dokument se oslanja na preporuke i mjere Master plana turizma Istarske

<sup>4</sup> R.Lekić, Ž. Trezner, N.Mance: „ DMC as a Creator of Memorable Experiences in Tourist Destination“, Tourism and Hospitality Industry 2014, CONGRESS PROCEEDINGS Trends in Tourism and Hospitality Industry, str. 107.

<sup>5</sup> UNESCO

županije 2015.-2025., na Istarsku kulturnu strategiju za razdoblje 2014.-2020 te na lokalne strategije razvoja.

U nastavku je kratki pregled predmetnih ulaganja na svim lokacijama iz projekta KulTourSpirit, okruženje predmetnog ulaganja, valorizirani segmenti kulturne baštine, alati za interpretaciju unutar integriranog kulturno turističkog programa.

<b>Ulaganja</b>	<b>Okruženje</b>	<b>Elementi valorizacije u svrhu identifikacije strukture integriranog kulturno turističkog programa (+ akcijski i marketinški)</b>	<b>Alati za uspostavu<sup>6</sup> i nadogradnju integriranog kulturno turističkog programa (svi partneri).</b>
<b>PAZIN</b> <b>Pazinski kaštel – Kuća istarskih priča i legendi</b> <b>Starogradska jezgra Pazina – Muzej na otvorenom</b> <b>Zvonik sv. Nikole u Pazinu – info centar i vidikovac</b>	Starogradska jezgra Pazina Starogradska jezgra Pazina; Kaštel - objekt koji se gotovo u cijelosti već koristi u kulturne i turističke svrhe i otvoren je za posjetitelje; u njemu djeluju dva muzeja i predstavlja glavnu kulturno-turističku znamenitost Pazina; Starogradska jezgra – prostor najveće cirkulacije posjetitelja koji je potrebno urediti i revitalizirati (uređenje javnih površina, fasada i namjena poslovnih prostora) Zvonik – objekt se nalazi na početku prostora najveće cirkulacije posjetitelja (između crkve i kaštela – zaštićenih objekata kulturne baštine); objektu je narušena statika i ne koristi se u posjetiteljske svrhe.	Sadržaja i kulturni konteksta za uključivanje u integrirani program izvan Pazina. Legende i priče Dionici Upravljanje	Interpretacijski plan za područje integriranog kulturno turističkog programa Vidljivost u prostoru (interpretacijski alati /ploče, aplikacije i sl.) Proizvodi (storytelling ture, suveniri, escape iskustva, definiranje proizvoda temeljem igara). Uspostava zajedničkog upravljanja

<sup>6</sup> Partneri na projektu KulTourSpirit definirali su poveznice svih ulaganja preko kulturno turističkog proizvoda Istralnspirit točnije storytellinga. Ova studija upućuje na druge mogućnosti povezivanja i širenja destinacije.

<b>KANFANAR</b>  <b>Dvigrad arheološki park – uređenje posjetiteljske staze, obnova objekta u svrhu info punkta / prezentacijskog centra.</b>	Arheološki park je dislociran od ostatka naselja, blizina prirodne baštine povezana s lokalnim legendama.	Lokaliteti u okruženju sakralnog i svjetovnog karaktera.  Legende i priče  Dionici  Upravljanje	
<b>BUZET</b>  <b>Karolinina kuća ljekovitog bilja</b>  <b>Palača Moretti – Centar starih zanata</b>	Starogradska jezgra Buzeta	Kulturni kontekst izvan Buzeta (radi povezivanja s krovnom temom).  Legende i priče  Dionici  Upravljanje	
<b>SVETVINČENAT</b>  <b>Povjesna jezgra – uređenje gradskog trga, šetnice</b>  <b>Loža – svjetlosna instalacija</b>	Kulturno-povijesna cjelina Svetvničenta,	Lokaliteti (prirodne i kulturne, nematerijalne baštine) izvan Svetvičenta  Legende i priče  Dionici  Upravljanje	



**KANFANAR/  
DVIGRAD**

## 2.1 Kanfanar

Lokalitet Dvigrada je predmet projekta KulTourSpirit kroz izradu dokumentacije za uređenje Arheološkog parka Dvigrad što uključuje osiguravanje uvjeta sigurnosti posjetitelja uređenjem posjetiteljske staze i obnovom trećeg ulaza te obnovu dva manja stambena objekta za koju je predviđen kulturni sadržaj – info punkt i prezentacijski centar Dvigradskih artefakata i motiva priča i legendi.



### UNUTARNJI PARAMETRI

#### **UGROZE (imovinsko pravni odnosi / vandalizam / gradnja / klimatske promjene / drugo)**

Ugroze ili bolje rečeno prijetnje za održivost lokacije ili lokaliteta koji predstavljaju resurs u vidu kulturne baštine potrebno je adresirati u samom početku stvaranja kulturno-turističkog proizvoda koji uključuje spomenutu baštinu. Na taj način stvara se prilika za amortiziranjem efekata ugroza kroz ključne aktivnosti upravljanja destinacijom. Ugroze se ne odnose samo na fizičke parametre već i one koji se odnose na vidljivost destinacije ili mogućnost multipliciranja sadržaja s vremenskim odmakom. Tako ugroze koje se odnose na lokalitet Dvigrada prije svega su **imovinsko pravni odnosi**, točnije vlasništvo RH nad lokalitetom. Ova situacija u kojoj pravo upravljanja nad Dvigradom nema lokalna zajednica, a čime bi se održivost upravljanja ostvarila<sup>7</sup> predstavlja najozbiljniju ugrozu za ovaj lokalitet. Druga ugroza odnosi se na **vandalizam** prisutan zbog legendi i avanturizma<sup>8</sup>, koji je se trenutno ne kontrolira niti se provode mjere educiranja javnosti o neutemeljenosti legende.<sup>9</sup> Ugroza koja se tiče dostupnosti telekomunikacijske mreže na području lokaliteta Dvigrada utjecat će na mogućnost uvođenja novih proizvoda za to područje, međutim ista se može premostiti privremenim tehnološkim rješenjima ukoliko će se ukazati potreba za istim.<sup>10</sup>

#### **UPRAVLJANJE (struktura i mogućnosti)**

Upravljanje lokalitetom službeno je u nadležnosti Republike Hrvatske. Općina Kanfanar nema pravo upravljanja te nadzire i provodi jednostavne nabave za radove održavanja. Stoga lokalitetom u realnom vremenu i prostoru ne upravlja niti jedna institucija u potpunosti te je zaključak nepovoljan, točnije lokalitet je bez adekvatnog nadzora te izvan poželjnog sustava upravljanja.

#### **STRUKTURA STANOVNITVA**

Kanfanar, kao najmanje promatrano središte<sup>11</sup> raspolaže sa smanjenim ljudskim i gospodarskim kapacitetima. U periodu od zadnjih 60 godina je izražena depopulacija stanovništva te se zbog loših gospodarskih i demografskih uvjeta smanjio broj za gotovo 1.000 žitelja. Kanfanar trenutačno broji 1.543 stanovnika, od kojih je 66% radno sposobno što je najmanje od svih promatranih područja<sup>12</sup>. Prema podacima iz popisa stanovništva 2011. godine, prosječna starost stanovnika je iznosila 43,5

<sup>7</sup> Managing cultural world heritage, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2013, ISBN 978-92-3-001223-6, str. 12-29.

<sup>8</sup> Legenda o zakopanom blagu gusara Morgana.

<sup>9</sup> Djelomično se događajem IstrainSpirit „Morganovo blago“ te scenarijem koji na kraju posjetitelje upućuje da je legenda neutemeljena i samo još jedna priča, pokušava educirati posjetitelje, međutim utjecaj je ograničen zbog malog broja obuhvaćenih posjetitelja ovom edukacijskom mjerom.

<sup>10</sup> Strategija razvoja Općine Kanfanar 2015-2020, str. 24.

<sup>11</sup> U odnosu na druga područja Studije, tj. Općinu Svetivinčenat te gradove Pazin i Buzet.

<sup>12</sup> Promatrana područja odnosi se na općine/gradove koji su predmet ove studije te partneri na projektu Kultourspirit (općina Kanfanar, Svetivinčenat, grad Pazin i Buzet)

godina te se nalazi znatno iznad prosjeka RH koje iznosi 41,7 godina . Analiza obrazovne strukture ukazuje kako gotovo 59% stanovništva ima završeno srednje i/ili visoko obrazovanje, međutim navedeni postotak se nalazi znatno ispod prosjeka Istarske županije koje iznosi 63%. Međutim, pozitivan pokazatelj se očituje u najmanjem broju osoba (7) koje ne posjeduju formalno obrazovanje u odnosu na druge promatrane gradove. Predočeni pokazatelji ukazuju na nepovoljna demografska kretanja koja ukazuju na daljnji rast prosječne starosti i smanjenja stanovništva što može dovesti do poteškoća u pronalasku adekvatne radne snage.

### **UKLJUČENOST LOKALNOG STANOVNIŠTVA I ZNAČAJ ZA SVAKODNEVNI ŽIVOT**

Lokalno stanovništvo vrlo je važan dionik gospodarskog i turističkog razvoja destinacije. Prema zastupljenosti sektora gospodarskih djelatnosti može se zaključiti kako je Kanfanar usmijeren na razvoj uslužnih (39%) te proizvodnih djelatnosti (34%) što je i specifično središta koji temelje svoj napredak na turističkim aktivnostima . Stopa nezaposlenosti u 2016. godini je najmanja od svih promatranih područja i iznosi 2,6%, te se nalazi značajno ispod prosjeka RH. Jedan od pokazatelja uključenosti lokalnog stanovništva je i broj aktivnih udruga te obrta koji doprinose raznolikosti i širenju turističke ponude. U 2017. godini na području Kanfanara djeluju 23 udruge, od kojih 2 u području kulture i umjetnosti te 47 aktivnih obrta. Ovako mali broj udruga i obrta je, s obzirom na veličinu stanovništva, i očekivan, međutim u kontekstu njihovog broja u odnosu na broj stanovnika pokazuje zadovoljavajuću aktivnost. Prikazani podaci potvrđuju visoku uključenost lokalnog stanovništva u kreiranju turističke ponude i srodnih djelatnosti što je i jedan od glavnih temelja kvalitetnog razvoja destinacije.



### **VANJSKI PARAMETRI**

#### **ANALIZA POSJETITELJA**

U posljednje 3 godine broj dolazak i noćenja posjetitelja u Općini Kanfanar je u porastu te je 2016. godine zabilježeno 6.220 dolazaka što je 55,42% više nego 2015. godine, odnosno 49.462 noćenja što je 52,72% više nego 2015. godine.

*Tablica 1. Broj dolazaka i noćenja turista u Općini Kanfanar*

Godina	Dolasci	Noćenja
2013.	3.799	30.893
2014.	2.801	23.300
2015.	4.002	32.388
2016.	6.220	49.462



Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016., 2015., 2014. i 2013. godini

Što se tiče dinamike dolazaka i noćenja posjetitelja po mjesecima u Općini Kanfanar, od lipnja do kolovoza je turistički najzanimljiviji period.

Tablica 2. Broj dolazaka i noćenja turista u Općini Kanfanar po mjesecima u 2016. godini

2016.	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	UK.
Dolasci	20	/	36	44	392	734	2.020	2.262	507	18	/	40	6.073
Noćenja	84	/	147	200	2.619	5.510	14.756	19.885	5.368	693	/	79	49.341

Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016. godini po mjesecima

\* za polja označena simbolom (/) podaci nisu dostupni

S obzirom na zemlju iz koje dolaze najviše turista je iz Njemačke (41,36%) te ju prate Austrija (9,65%) i Italija (7,94%).<sup>13</sup>

### KULTURNI KONTEKST i SADRŽAJ za lokalitet DVIGRADA

Kulturni kontekst Dvigrada odnosi se na sakralne elemente Kanfanara : Crkva sv. Agate / Crkva sv. Antuna / Crkva sv. Ilijе / Crkva sv. Marije od Lakuća , ali i na **Parentin** nesanirani srednjovjekovni grad zapadno od uzvisine Moncastello. Uz spomenuto kulturni kontekst šireg područja svakako se odnosi na okolna sela koja svaka za sebe imaju baštinu koja može biti umrežena u destinaciju tijekom razvojnog perioda tj. širenja (više o svakom lokalitetu u Prilogu 1):

- **Selo Mrgani** – ambijentalna ruralna cjelina, priča o gusaru Morganu, mogućnost interpretacije povijesnih „zabluda“ i stvaranju legende
- **Sela Barat Korenići i Ladići** – (više u Prilogu 1.)
- **Jame Kanfanarštine** – jama Kumbaševa (u blizini sela Bunići) → legenda o jami Bonvašea (Kumbaševa)
- **Crkvica sv. Agate kraj Kanfanara**
- **Ruševine Sv. Jakova (u Kanfanaru)**
- **Selo Maružini** – crkva Sv. Marije od Sniga
- **Crkvica sv. Antuna opata (Dvigrad)**
- **Arheološki lokalitet Maklavun zaštićeno je kulturno dobro (pojedinačno), arheološka baština**
- **Jakovljia – lokalni događaj**

#### Sadržaj

Potrebno je obratiti pozornost na opciju usmjerenja na druge sadržaje za promociju i održivo korištenje lokaliteta Dvigrada kako bi se postupno usmjeravao fokus interesa sa „gusara i zakopanog blaga“ na autentično kulturno naslijeđe i prikladnu interpretaciju istoga. Time bi se održivost sadržaja (u suradnji s aktivnim udrugama) temeljena na autentičnosti područja odrazila i na mogućnost lakše nadogradnje sadržaja i prihvaćenosti od strane lokalnih dionika. Međutim održivost se očituje i kroz mogućnost prihodovanja sadržaja za održavanje lokaliteta koju je potrebno osigurati kroz sustav upravljanja i kroz prilagođenu interpretaciju.

Sadržaj koji je moguće vezati uz područje Kanfanara radi širenja destinacije oko arheološkog parka Dvigrad i njega samo je slijedeći (više u Prilogu 1.):

- Narodna predaja - prema pričama Dvigrad je bio "**Grad zaljubljenih**" (tko je u njega došao izašao je iz grada još zaljubljeniji)
- **LEGENDA O OSNUTKU GRADA (divovi)**

<sup>13</sup> Istarska enciklopedija, Mrgani, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1825>

- **LEGENDA O ZAKOPANOM ZLATU (Dvigrad)**
- **LEGENDA O STIJEVI SV. ANĐELA** – narodna predaja
- **LEGENDA O NAZIVU KRUG SV. ANĐELA**
- **LEGENDA O KUGI (Dvigrad)**
- **LEGENDA O ATILI U ISTRI**
- **LEGENDA O „KORUNI SVETOG TILA“**

Spomenute priče preporučljivo je integrirati u program koji bi pomoću njih umrežio druga mjesta (ne nužno samo partnera na projektu) te potencirao prihode i produžio boravak gostiju. Scenariji uključivanja priče mogu se razraditi na razini storytellinga, međutim preporučljivo ih je predstaviti i kao dio osnovne interpretacijske infrastrukture (više u poglavlju 4.4. Opcije interpretacijskih proizvoda i 5. Akcijski plan).

### **PRIHODI I RASHODI**

Prihodi od lokaliteta Dvigrada, iako posjećeni od strane turista, u potpunosti izostaju zbog ne postojanja sustava naplate. Naime kako nije regulirano Pravo upravljanja općina Kanfanar nema mogućnost uvođenja naplate, a jednom godišnje kroz sustav javnih natječaja od strane Ministarstvo kulture u prosjeku dobiva 250.000,00 kn za sanaciju i uređenje lokalitete kao i od Istarske županije oko 50.000,00 kn. Svi zahvati provode su uz suglasnost Ministarstva za državnu imovinu.



### **PARAMETRI POVEZIVANJA**

#### **ISTRAŽIVANJA**

Oko tema vezanih uz lokalitet Dvigrada i mjesta Kanfanar postoje značajne aktivnosti istraživanja Udruge za očuvanje i promociju nasljeđa Kanfanara „Dvegrejci“ te povezivanje sa regionalnim akterima na tom području (Arheološki muzej Istre, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli). Udruga svoje radove i istraživanja objavljuje u publikaciji *Dvegrajski zbornik*. Uz ove aktivnosti preporučljivo je proširiti suradnju sa institucijama poput *Centra za arheološka istraživanja Institut Ivo Pilar* sa sjedištem u Puli ili *Međunarodnim istraživačkim centrom za kasnu antiku i srednji vijek Motovun-Zagreb* i to u vidu suradnje u organizaciji potencijalnih znanstvenih simpozija na temu srednjovjekovno stanovanja / gradova i kulture, a zatim sa drugim znanstvenim institucijama poput fakulteta i Odsjeka za arheologiju, etnologiju ili antropologiju. Ovaj segment potrebno je koristiti u promociji područja ili pri nastojanju promjene strukture posjetitelja ili produljenju sezone posjeta. Istraživanja i znanstveni radovi na temu Dvigrada dobra su podloga za publikacije koje se mogu koristiti u posjetiteljskim centrima, suvenirnicama, ali i kao podloga za kvalitetne i ciljane suvenire ili kulturno turističke događaje.

#### **MEĐUNARODNA SURADNJA**

Međunarodnu suradnju moguće je ostvariti kroz znanstvena istraživanja ili otvaranjem područja Dvigrada za međunarodne arheološke projekte. Ovakav tip suradnje manifestira se pozitivno na cijelo područje te uz dobre primjere promocije i povezivanja ima dugoročni utjecaj na vidljivost lokaliteta i na kulturno turističku podlogu. Inicijative za pokretanje ovakvih projekata pak mogu doći samo od nadležnih institucija stoga predstavljaju trenutno samo opciju izgradnje partnerskih odnosa za njihovu

eventualnu realizaciju. Druga mogućnost je povezivanje sa sličnim lokalitetima u organizaciji kulturno turističkih događaja sa ciljanim posjetiteljima i publikom.

### DIONICI

Ovdje se predlažu dionici koji mogu aktivno sudjelovati u formiranju novih proizvoda, bilo da se radi o formiranju sadržaja ili regrutiranju u timove koji će upravljati novim proizvodima i sudjelovati u njihovom provođenju.

<b>Dvegrajci</b>	Jedna od najaktivnijih udruga Poticanje istraživačke, edukativne, savjetodavno-informativne i muzejske djelatnosti na području Općine Kanfanar i šire.
<b>Kulturno umjetničko Društvo "Dvigrad"</b>	Organizacija i sudjelovanje na kulturnim i folklornim manifestacijama i prezentacijama kulturne baštine Općine Kanfanar.
<b>Stručni suradnici</b>	Etnografski muzej Istre / Udruga Val – već ostvarene suradnje s etnolozima / Udruga Istra Inspirit – storytelling iskustvo-znanje

**SVETVINČENAT**



## 2.2 Svetvinčenat

Priprema projektne dokumentacije za ulaganje u uređenje okolice kaštela Morosini -Grimani i cjelokupne stare jezgre te priprema projektne dokumentacije za osvjetljenje gradske lože.



### UNUTARNJI PARAMETRI

#### UGROZE (imovinsko pravni odnosi/ vandalizam/ gradnja / klimatske promijene/ drugo)

Ugroze za područje projekta u Svetvinčentu se odnose na **neriješene imovinsko pravne odnose unutar starogradske jezgre** koji potencijalno mogu kočiti obnovu jezgre ili u konačnici dovesti do potpunog propadanja/urušavanje kuća u renesansnoj jezgri. Naime za razliku od Dvigrada gdje je vlasništvu 1/1 RH, ovdje imamo situaciju privatnog vlasništva sa neriješenim imovinsko pravnim odnosima. Druga ugroza odnosi se na **institucionalni okvir** unutar kojeg se nalaze sva područja zaštićene kulturne baštine, a koji su ujedno i privatno vlasništvo. Naime konzervatorski uvjeti ponekad predstavljaju zapreku u obnovi kuća zbog povećanja ulaganja za njihovu obnovu prema zadanim uvjetima. Međutim jedna od aktivnosti KulTourSpirit projekata koja planira amortizirati ovaj tip ugroze jest i izrada Konzervatorske podloge za spomenuto područje. Takav će dokument olakšati obnovu kuća u jezgri grada. Gradska loža koja je isto tako predmet projekta Kultourspirit pod ugrozom je **vandalizma** budući da se radi o otvornom objektu, koji je dostupan svim prolaznicima. Naime Gradska loža nalazi se na južnom dijelu gradskoga trga s otvorenim trijemom i arkadama, čiji se trijem otvara prema trgu, a drugim prema sporednoj ulici.

#### UPRAVLJANJE (struktura i mogućnosti)

Pravo upravljanja kulturno povjesnom cjelinom i Gradskom ložom posjeduje Općina Svetvinčenat te se za održivost kulturne baštine smatra najpovoljnijom opcijom. Potrebno je napomenuti da je Općina za upravljanje Kaštelom Morosini Grimani te inovativnim sadržajem ESCAPE ROOM (Castel) nadogradila djelatnost postojećeg komunalnog poduzeća, sa djelatnošću turističke agencije, koji ima DMC ciljeve, te upravljanje kulturnom baštinom, kao i novim Centrom za posjetitelje - Kućom vještice Mare sa suvremenim rješenjima interpretacije nematerijalne kulturne baštine. Ovakav primjer upravljanja sadržajem, organizacijom događaja te koordinacijom dionika dislociran od javnog servisa ili drugih državnih institucija prema modelu privatnog poduzetništva također ukazuje na aspekt održivosti destinacije, koji bi trebalo uzeti u obzir za druge lokacije.

#### STRUKTURA STANOVNJIŠTA

Grad Svetvinčenat karakterizira najstarije stanovništvo, od četiri promatrana područja, sa prosječnom dobi od 44,4 godina, što je za 2,7 godina starije od prosjeka RH<sup>14</sup>. Visoku starost prati i niska stopa radno sposobnog stanovništva od 66,62% što je i karakteristika manjih gradskih sredina. Od 1948. godine izražena je depopulacija stanovništva te se u dosadašnjem periodu, broj stanovnika smanjio za gotovo 45% te prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine iznosi 2.202 žitelja. U obrazovnoj strukturi, 57% stanovnika ima završeno srednje i/ili visoko obrazovanje što se nalazi ispod prosjeka Istarske županije koje iznosi 62%<sup>15</sup>. Kao jedna od posljedica niže razine obrazovanja se nalazi u starijoj strukturi stanovnika koji su školovani prema drugačijem modelu koji nije bio adekvatan. Sukladno

<sup>14</sup> Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Statistička izvješća 1468/2012., DZS, 2016.

<sup>15</sup> Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Statistička izvješća 1582/2016., DZS, 2016.

demografskoj i obrazovnoj analizi strukture stanovništva je i stopa nezaposlenosti koja je, među promatranim područjima, najveća i iznosi 4,02%, međutim i dalje se nalazi ispod prosjeka RH<sup>16</sup>.

## UKLJUČENOST LOKALNOG STANOVNIŠTVA I ZNAČAJ ZA SVAKODNEVNI ŽIVOT

Općina Svetvinčenat jasnom je politikom poticanja uključivanja lokalnog stanovništva u stvaranju kulturno turističkog sadržaja napravila zaokret u klasičnom „vanjskom“ ugoveranju organizacije kulturno turističkih događaja. Trenutno kroz Povjesnu udrugu "Kaštel" Svetvinčenat tijekom turističke sezone na tjednoj bazi uprizoraju se srednjovjekovni elementi borbi i života čime se prihoduje sredstva koja se ponovo vraćaju u lokalnu zajednicu. Naime prilikom planiranja lokalnog razvoja destinacije, aktivna participacija lokalnog stanovništva minimizira eventualne nedostatke i probleme poput nedostupnosti sredstava za produkciju, nedostupnih glumaca, animatora, neplanska i nekoordinirana promocija, prodaja i slično. Uključenost stanovništva putem udruga, obrta i drugih oblika povezivanja doprinosi stvaranju kvalitetne ponude temeljene na lokalnim vrijednostima koje postižu višu vrijednost, što se razvidno dogodilo u Svetvinčentu. Prema registru udruga, u Svetvinčentu su aktivne 24 udruge od kojih 3 djeluje u području kulture i umjetnosti te 52 obrta koji doprinose raznolikosti turističke ponude. Udio aktivnog stanovništva prema sektorima gospodarske djelatnosti iz 2011. godine ukazuje na opredijeljenost na tercijarni (34,20%) i sekundarni (33,50%) sektor. Ovakva raspodjela rada, u kojoj prevladava uslužni sektor, karakteristična je za turistička središta koja su temeljena na vlastitoj kulturno-povijesnoj baštini te postoji velika ovisnost domicilnog stanovništva o turističkoj posjećenosti i potrošnji. Upravo je iz tog razloga izražena sezonalnost zaposlenosti stanovništva, te se u mjesecima velikog pritiska turista (6.-9. mjesec) nezaposlenost smanjuje na 3%, dok u ostatku godine iznosi znatno viših 5%.



## VANJSKI PARAMETRI

### ANALIZA POSJETITELJA

Općina Svetvinčenat ulaganjem u stvaranje dodatne turističke ponude nastoji razvijati uz kulturni turizam i vjerski, ruralni te sportski turizam. Svaki aspekt razvoja turizma temeljen je na tradicijskim i autentičnim elementima lokalnog graditeljstva i očuvanju kulturne baštine, eno i gastro ponudi te aktivnom odmoru u prirodi (primjer je događaj organiziran u rujnu 2017. u organizaciji Sportske zajednice Istarske županije - s My bike / my heritage čija je startna točka bila u Svetvinčentu). Ova pristup razvoju turizma osigurao je i porast broja posjetitelja. Naime u posljednje 4 godine broj dolazaka i noćenja posjetitelja u općini Svetvinčenat je u porastu te je 2016. godine zabilježeno 11.685 dolazaka što je 42,26% više nego 2015. godine i 52,66% više nego 2014. godine, odnosno 106.553 noćenja što je 38,05% više nego 2015. godine.

Tablica 3. Broj dolazaka i noćenja turista u općini Svetvinčenat

Godina	Dolasci	Noćenja
2013.	7.265	66.071
2014.	7.654	74.434
2015.	8.214	77.184
2016.	11.685	106.553



Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016., 2015., 2014. i 2013. godini

<sup>16</sup> Hrvatski zavod za zapošljavanje, statistika rada, <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1>

Što se tiče dinamike dolazaka i noćenja posjetitelja po mjesecima u Svetvinčentu, od svibnja do rujna je turistički najzanimljiviji period.

Tablica 4. Broj dolazaka i noćenja turista u Općini Svetvinčenat u 2016. godini

2016.	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	UK.
Dolasci	/	25	113	76	968	1.478	3.964	3.567	1.126	272	/	42	11.631
Noćenja	/	195	691	560	6.761	12.092	32.674	37.396	13.623	1.951	/	142	106.085

Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016. godini po mjesecima

\* za polja označena simbolom (/) podaci nisu dostupni

## KULTURNI KONTEKST i SADRŽAJ

Kulturni kontekst predloženi ulaganja iz projekta KulTourSpirit su svakako kulturno-povijesna cjelina Svetvinčenta. Međutim kulturni kontekst u blizini mjesta oslanja se na atraktivne lokacije koje mogu biti temelj proširenja destinacije (više u Prilogu 1.)

- **Grad Žminj (stari Žminj)**
- **Crkva Svetе Foške kraj Žminja**
- **Špilja 'Festinsko kraljevstvo' u blizini Žminja**
- **Roverija –Općina Svetvinčenat, oko Jurišića (između Vodnjana o Svetvičenta) → legenda o vampiru**

Sadržaj se odnosi na nove teme koje se mogu interpretirati u prostoru, kao i na već interpretirane teme predstavljene u prostoru:

- **Povijesna jezgra Svetvinčenat (vještica Mare)**
- **Konjanički turnir ("Trka na prstenac")**
- **Antonio Facchinetti – župnik u mjestu Svetvinčenat (djelo O Istarskim Slavenima 1847.)**
- **Vještice i vukodlaci**
- **Gradska loža**

Za gradsku ložu bilo bi dobro definirati „storytelling“ scenarij, koji bi povezivao eventualno proglaš o „vještici“ Mare i ulogu gradskih loža u Istri. Ovaj osnovni scenarij mogao bi se povezati sa drugima koji se tiču priča (povijesno utemeljenih) o događajima koji su vezani uz taj prostor, ali taj sadržaj je potrebno ostaviti za nadogradnju sadržaja destinacije.<sup>17</sup>

## PRIHODI I RASHODI

Rashodi i prihodi koji se odnose isključivo na predmet tj. lokacije projekta nisu posebno identificirani. U tijeku je izrada Konzervatorske podloge za starogradsku renesansnu jezgru (financirano bespovratnim sredstvima EU).

<sup>17</sup> Potrebno je računati da postoji nekoliko krugova proširenja sadržaja destinacije. Svako proširenje potrebno je promisliti u kontekstu ljudskih, materijalnih i finansijskih resursa dostupnih unutar sustava upravljanja destinacijom. Međutim isto tako svako proširenje (sadržajno i prostorno u vidu uključenja drugih partnera) izvrstan je element za marketinšku promociju i alat koji se koristi u svrhu „osvježivanja“ destinacije i ponovnog stavljanja u fokus posjetitelja.



## ISTRAŽIVANJA I POTENCIJAL

Na području općine Svetvinčenat veliki se potencijal može primijetiti u istraživanju baštine srednjeg vijeka i renesanse koja se očituje u samoj arhitekturi mjesta s fokusom na kaštel Morosini-Grimani koji predstavlja srednjovjekovnu gradnju s naglašenim renesansnim karakteristikama. Istiće se potencijal suradnje sa Hrvatskim institutom za povijest kroz organizaciju znanstvenih i istraživačkih skupova na spomenuto temu. Tako je primjerice 25. i 26.10.2016. godine organiziran međunarodni znanstveni skup pod nazivom Gradovi hrvatskog srednjovjekovlja: *Grad i došljaci/Towns and Cities of the Croatian Middle Ages: The City and the Newcomers*, kao i 4. međunarodni znanstveni skup srednjovjekovne arheologije *Fortifikacije, obrambeni sustavi i strukture u prošlosti* u organizaciji Instituta za arheologiju i Hrvatskog instituta za povijest u Zagrebu u razdoblju od 7. do 9. 6. 2017. godine. Stručne znanstvene skupove moguće je podržati na način da ih se ugosti na području općine i pruži vid sponzorstva ili pak inicijativom o otvaranju posebne teme znanstvenog skupa s predznakom kulturnog naslijeda kojem pripada i kaštel Morosini-Grimani.

Govorimo li o zbirci starog oružja FERLIN, koja u sebi sadrži oružje od 15. do 19. stoljeća može se naglasiti potencijal istraživanja u suradnji s Povjesnim i pomorskim muzejom Istre u Puli koji kroz svoju zbirku oružja i vojne opreme te kroz istraživačku djelatnost može pomoći i poduprijeti interpretaciju te moguće proširenje spomenute zbirke starih oružja.

### DIONICI (novi)

U tablici su navedeni dionici koji mogu utjecati na sadržaj i program novih turističkih proizvoda koji se temelje na krovnoj temi potencijalne destinacije; priče, mitovi i legende središnje Istre. Naime Općina Svetvinčenta usmjerila je svoj turistički prepoznatljiv proizvod na srednjovjekovnu tematiku, stoga bi trebalo iste aktivne dionike pripremiti za sudjelovanje u integraciji nove teme u već postojeći proizvod ili obratno.

<b>Povijesna udruga Kaštel Svetvinčenat</b>	<p>Udruga sudjeluje izrazito aktivno u stvaranju kulturno turističkog sadržaja, temeljenog na tematiki srednjeg vijeka i renesanse. U interpretaciji koristi i elemente koji se tiču legendi i priča kaštela Morosini-Grimani, uključujući legendu o vještici Mare. Potrebno je sagledati mogućnost integriranja krovne teme u aktivnosti koje provodi udruge tijekom procesa izrade krovnog interpretacijskog plana. Također ovo je udruga čiji principi povezivanja sa proizvođačima i pružateljima usluga radi povećanja stupnja kvalitete destinacije može biti primjer za uspostavu sličnih lokalnih inicijativa za druge gradove/mjesta.</p>
<b>Kuća vještice Mare +TZ Sadržaj: Escape castle Svetvinčenat/ Dinneridi trail</b>	<p>Svakako je uloga ovih dionika u pružanju mogućnost tvorbe <i>escape</i> iskustva, predstavljanju i povećanju prepoznatljivost kulturne i povjesne baštine kroz projekte igrifikacije i potpunijeg oživljavanja povijesti. Jedan od primjera je igrifikacija kaštela Morosini Grimani u Svetvinčenatu s novim proizvodom Dinneridi traila koji povezujući</p>

	<p>druge dionike (proizvođače hrane i drugih proizvoda) vodi posjetitelja kroz zabavni sadržaj logičkih lozinki.</p>
<b>FERLIN – zbirka starog oružja</b>	<p>Atrakciju zbirke oružja u Svetvičentu kao turističke atrakcije ovog lokaliteta potrebno je integrirati u interpretacijski plan (vezani uz poseban izložak )</p>



**PAZIN**

## 2.3 Pazin

Predmet projekta KulTourSpirit je izrada dokumentacije za novi sadržaj unutar Pazinskog Kaštela te revitalizaciju povijesne cjeline grada Pazina. Konkretno, tijekom projekta KulTourSpirit izradit će se Plan upravljanja starom gradskom jezgrom, projekta dokumentacija za uređenje gradskih ulica (Muzej na otvorenom) te projektna dokumentacija za uređenje Kuće istarskih priča i legendi u dijelu Kaštela. Također pripremit će se dokumentacija za sanaciju pazinskog zvonika koji bi trebao dobiti namjenu info centra.



### UNUTARNJI PARAMETRI

#### **UGROZE (imovinsko pravni odnosi / vandalizam / gradnja / klimatske promjene / drugo)**

Grad Pazin u projektu KulTourSpirit usmjerio se na stvaranje preduvjeta za revitalizaciju stare gradske jezgre, prvenstveno kroz izradu Plana upravljanja, izrade dokumentacije za Muzej na otvorenom koji uključuje uređenje javne površine i ulice u duhu istarskih legendi i priča, izrade projektne dokumentacije za uspostavu multimedijalnog centra - Kuću istarskih priča i legendi u Kaštelu te sanaciju pazinskog zvonika te njegova uređenja u info centar. Ugroze vezane uz spomenutu kulturnu baštinu u slučaju provedbe projekta vežu se prvenstveno uz izazov provedbe velikog broja projekata i koordinaciju istih te mogućnosti kašnjenja izvedbi planiranih zahvata uzimajući u obzir činjenicu da se objekti nalaze u zaštićenoj starogradskoj jezgri ili su pojedinačno zaštićeni objekti kulturne baštine što zahtjeva specifičan pristup. Druga ugroza može se ostvariti u slučaju da **model upravlja** svim predmetima ulaganja ne bude adekvatno definiran što utječe na održivost investicija. Svakako je razvidno iz procesa izrade Plana upravljanja starogradskom jezgrom da postoji izazov u nastojanju gradskih vlasti na aktivnije uključivanje stanovništva u procese odlučivanja. Naime, održivost destinacija znatno ovisi o prihvaćanju iste od lokalnog stanovništvo i to preko interesa građana za uključivanje u sadržaj ili gospodarske aktivnosti povezane sa identificiranom destinacijom. Stoga će daljnji napor u uključivanju lokalnog stanovništva u razvoju destinacije biti i dalje potrebni. Također potrebno je uzeti u obzir **privatno vlasništvo** na obuhvatu rekonstrukcije nekoliko ulica staroga grada što predstavlja ograničavajući faktor u planiranju i provedbi investicija Grada Pazina. Grad Pazin za cijelovitu revitalizaciju stare gradske jezgre treba razmotriti mogućnosti pružanja poticaja privatnim subjektima za ulaganje u nekretnine u svrhu uređenja jezgre. Također, intervencije na otvorenim prostorima predstavljaju i rizik od vandalizma što traži i aktivnosti edukacije te uzimanje u obzir dodatnih troškova kako za postavljanje samih intervencija tako i za redovito održavanje.

#### **UPRAVLJANJE (struktura i mogućnosti)**

Upravljanje na području Kaštela, gdje se sada djeluju tri institucije (Muzej grada Pazina, Etnografski muzej Istre te Državni arhiv) predstavlja, kako prednost, tako i izazov u dalnjem radu. Prednost je svakako u vidu već sada dostupne infrastrukture, privlačnosti Kaštela kao mjesto posjeta te blizina dionika koji mogu biti direktno uključeni u stvaranje novih sadržaja (ljudski kapaciteti muzeja). Izazov u upravljanju će se očitovati u vidu koordinacije dionika kod organizacije i korištenja prostora unutarnjeg dvorišta, prilaza Kaštelu, oglašavanja i promocije i eventualne zajedničke naplate ulaza. Ostale lokacije su u vlasništvu Grada Pazin te će za njihovo upravljanje biti potrebna samo koordinacija gradskih službi radi održavanje interpretacije, uređenja te nadogradnju sadržaja i promociju.

## STRUKTURA STANOVNIŠTVA

Grad Pazin, kao najveće gradsko središte unutrašnje Istre, posjeduje najznačajnije ljudske i gospodarske kapacitete koji omogućuju održivi razvoj turizma i srodnih djelatnosti. Jedan je od rijetkih gradova kojeg u zadnjih 60 godina nije zahvatila veća depopulacija stanovništva što dokazuje i podatak da je 1948. godine broj stanovnika iznosio 8.685, a u 2011. godini 8.638 stanovnika<sup>18</sup>. Ipak zabilježena je depopulacija stanovnika kao trend na nacionalnoj razini, gdje je Pazin između zadnja dva popisa stanovništva izgubio preko 1000 stanovnika.<sup>19</sup> U obrazovnoj strukturi, skoro 60% stanovnika ima završeno srednje i/ili visoko obrazovanje što se nalazi iznad prosjeka četiri promatrana područja (Pazin, Buzet, Svetvinčenat i Kanfanar) koji iznosi 58,28%<sup>20</sup>. Visoko obrazovani stanovnici predstavljaju kadar koji omogućuje stvaranje kvalitetnijeg sadržaja i dodatne ponude koja nije sezonskog karaktera što doprinosi konstantnom razvoju i održivosti destinacije. Analiza dobne strukture ukazuje na trend starenja stanovništva, što je i karakteristika hrvatske populacije. Prosječna starosna dob u gradu Pazinu iznosi 42 godine, što je izrazito nepovoljan podatak te se za 0,3 godine nalazi iznad prosjeka RH<sup>21</sup>. Strukturalna obilježja, poput dobne i obrazovne strukture stanovništva, predstavljaju najvažnije pokazatelje i mogućnosti za formiranje radne snage kako za sadašnji tako i za budući razvoj područja. Prema prikazanoj analizi strukture stanovništva može se zaključiti kako Pazin raspolaže sa obrazovanom, ali iznadprosječno starom radnom snagom što u dugotraјnom periodu može uzrokovati značajne poteškoće u dostupnosti radno sposobnog stanovništva.

## UKLJUČENOST LOKALNOG STANOVNIŠTVA I ZNAČAJ ZA SVAKODNEVNI ŽIVOT

Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turističke destinacije je izuzetno važna, jer na temelju njihovog prihvaćanja ili odbijanja novog proizvoda/usluge ovisi i njegova budućnost. Proizvod ne smije narušavati kvalitetu svakodnevnog života stanovništva te bi trebao doprinositi njegovom unaprjeđenju. Uključenost stanovništva se može mjeriti brojem udrug, obrta, OPG-a te trgovачkih društva koje su uključene u turističku ponudu kao i udjelom zaposlenih u uslužnom sektoru. Prema sektorima gospodarskih djelatnosti, u 2011. godini u gradu Pazinu najveći udio aktivnog stanovništva je bio zaposlen u sekundarnom sektoru (37,30%) koji se sastoji većim dijelom od industrije, građevinarstva i proizvodnje te u tercijarnom sektoru (31,70%) koji podrazumijeva uslužne djelatnosti<sup>22</sup>. Takva raspodjela rada pogoduje razvoju turističkog sektora i povezanih djelatnosti koje pružaju dodanu vrijednost turističkoj ponudi. Prema registru udruga RH<sup>23</sup>, u 2017. godini, na području Pazina je aktivno 148 udruga, od kojih 14 djeluje u području kulture i umjetnosti. Uzimajući u obzir da na području četiri promatrane destinacije djeluje ukupno 268 udruga, može se zaključiti kako je više od 55% udruga registrirano na području grada Pazina što dokazuje o visokoj uključenosti lokalnog stanovništva u gospodarske i kulturne djelatnosti. Isto tako najveći broj aktivnih obrta (52%) je registriran u Pazinu što dodatno potvrđuje dosadašnje navode o aktivnosti stanovnika<sup>24</sup>. Kako je grad Pazin ujedno i najveći grad među promatranima, za očekivati je da je najveći broj udruga i obrta upravo ovdje i registriran. Uspoređujući navedene podatke sa brojem stanovnika, dolazi se do pokazatelja kako se u Pazinu nalazi najveći broj aktivnih obrta i udruga po stanovniku što govori kako je domicilno stanovništvo važan dionik i nositelj turističkog i gospodarskog razvoja.

<sup>18</sup> Održivi razvoj unutrašnje Istre, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.

<sup>19</sup> Strategija razvoja Grada Pazina 2015 – 2020, str. 20

<sup>20</sup> Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Statistička izvješća 1582/2016., DZS, 2016.

<sup>21</sup> Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Statistička izvješća 1468/2012., DZS, 2016.

<sup>22</sup> Održivi razvoj unutrašnje Istre, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.

<sup>23</sup> Registar udruga RH, <https://registri.uprava.hr/#!udruge>

<sup>24</sup> Izračun autora prema dostupnim informacijama iz obrtnog registra RH, <http://or.minpo.hr/pretraga.htm>



## ANALIZA POSJETITELJA

Osim obrazovanja, poduzetništva i poljoprivrede, turizam je četvrti očigledni pravac razvoja Pazina. Broj noćenja i dolazaka turista oscilira iz godine u godinu. U odnosu na 2015. godinu, 2016. godine bilo je 37,37% više dolazaka i 33,66% više noćenja posjetitelja u Pazinu.

Tablica 5. Broj dolazaka i noćenja turista u gradu Pazinu

Godina	Dolasci	Noćenja
2013.	5.422	24.282
2014.	5.735	28.593
2015.	5.697	27.503
2016.	7.826	36.760



Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016., 2015., 2014. i 2013. godini

Što se tiče dinamike dolazaka i noćenja posjetitelja po mjesecima u Pazin i Središnju Istru, od svibnja do rujna je turistički najzanimljiviji period.

Tablica 6. Broj dolazaka i noćenja turista u gradu Pazinu u 2016. godini

2016.	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	UK.
Dolasci	230	365	633	645	1.979	3.071	8.135	8.508	2.773	919	321	339	27.918
Noćenja	748	1.005	2.077	2.273	12.781	22.883	64.520	77.858	27.982	4.338	1.164	1.163	218.792

Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016. godini po mjesecima

Promatrajući nacionalnu strukturu gostiju u 2016. godini, gosti s njemačkog govornog područja (Nijemci i Austrijanci) i ove godine zabilježili najveći broj dolazaka (66,49%) i ostvarili najveći broj noćenja (73,28%) na području TZSI. Slijede ih gosti iz Nizozemske (7,47%), Italije (6,24%) te Belgije (6,05%).<sup>25</sup>

## KULTURNI KONTEKST I SADRŽAJ

Kulturni kontekst ulaganja planiranih projektom KulTourSpirit odnosi se na kulturni kontekst starogradske jezgre grada Pazin, što uključuje ključne točke: Crkva sv. Nikole / Etnografski muzej Istre - muzejska građa / Kaštel / Pazinski zvonik /ostatak kulturno-povijesne cjeline grada Pazina / Muzej grada Pazina - muzejska građa. U ovom kontekstu planirani zahvati koji se odnose na unaprjeđenje destinacije otvaranjem nove kulturno turističke atrakcije (Kuća istarskih priča i legendi, Muzej na otvorenom) i doprinosom upravljanju posjetiteljima (interpretacije u prostoru, info centar u zvoniku) imaju povoljne parametre za dostizanje prepoznatljivost i razvoj.

Kulturni kontekst povoljan je za cijelokupni integrirano kulturno turistički program, kako zbog mogućnosti povezivanja sa svim ostalim partnerima, tako i zbog iznimne mogućnosti širenja programa kroz druge projekte i partnerstva u neposrednoj blizini i šire.

<sup>25</sup> [http://www.central-istria.com/images/upload/TURISTI%C4%8CKI%20PROMET%20U%202016\\_STATISTIKA.pdf](http://www.central-istria.com/images/upload/TURISTI%C4%8CKI%20PROMET%20U%202016_STATISTIKA.pdf)

Širi kulturni kontekst, odnosi se na baštinu fresaka i ikonografiju koja ima elemente povezivanja na krovnu temu istarskih mitova i legendi kroz crkvice u Bermu, sv. Martina i sv. Marije na Škrilnjah te crkve sv. Katarine u Lindaru. Slično, postoji i mogućnost partnerstva sa gradom Motovunom radi povezivanja s temom divova ili mjestom Kringa radi legende o vampiru Juri Grandu.

Od sadržaja koji se tiču nematerijalne baštine nekoliko je tema koje su povoljne za interpretaciju kao nadopuna interpretacije koja je predmet Kuće istarskih mitova i legenda. Ova interpretacija povoljna je za interpretaciju u prostoru i kao mogućnosti širenja sadržaja na kulturno turističkih događaja.

- Div ban Dragonja - Legenda o nastanku Pazinske jame
- Franina i Jurina
- Veli Jože
- Johann Weickhard Valvasor ( u vidu romantičarskog putopisca)
- Jules Verne i roman Mathias Sandorf
- Dante Alighieri i legenda o jami kao inspiraciji za Dantev ulazak u Pakao
- Bune kmetova
- Književnost – pismena i usmena riječ

Sadržaj mogućih elemenata povezivanja i šireg kulturnog konteksta kao i sadržaja nalazi se u Prilog 1.

## PRIHODI I RASHODI

Predmeti ulaganja trenutno nisu u funkciji turističkih posjeta koji su naplativi ili organizirano interpretirani kao cjeline stoga se analiza rashoda i prihoda nije uzimala u obzir.



## PARAMETRI POVEZIVANJA

### DIONICI(novi)

Dionici koji već sudjeluju u formiranju sadržaja koji su potencijalno kompatibilni sa temom kulturno turističkog integriranog programa predloženog projektom KulTourSpirit svakako su Etnografski muzej Istre i Muzej grada Pazina, u prostoru pazinskog Kaštela. Ostali dionici navedeni u tablici niže su dionici koji bi se tek kroz izradu interpretacijskog plana trebali uključiti u formiranje proizvoda i sadržaja. Svakako je potrebno naglasiti da radi organizacijskih mogućnosti upravljanja integriranim programom, uključeni dionici bi trebali iskazati znatan interes u sudjelovanju ili povezivanju s integriranim programom te pokazati proaktivni stav prema formiranju novog autentičnog sadržaja. K tome je potrebno dodati da je lista potencijalnih novih dionika usmjerena upravo na volonterske oblike društava koji je i prema dokumentu *Plan upravljanja starom gradskom jezgrom u Pazinu* naglašeno radi usklađivanja djelovanja.<sup>26</sup>

#### Folklorno društvo Pazin

Predstavljanje tradicijskog nasljeđa Istre kroz plesačku, pjevačku i sviračku dimenziju, gostovanja i organizacija srodnih manifestacija te suradnja sa srodnim ustanovama i udrugama poput Etnografskog muzeja Istre i Udruge TradInetno u predstavljanju narodne predaje vezanih uz mitologiju Istre unutar rekonstrukcije starih običaja.

#### Udruga SF&F Albus

Suradnja kroz istraživanje i promicanje aktivnosti iz područja znanstvene fantastike, fantastike, mitologije i alternativnih znanosti kao i

<sup>26</sup> Plan upravljanja starom gradskom jezgrom u Pazinu, str. 151

	<p>organiziranje manifestacija. Udruga organizira SF&amp;F konvenciju Istrakon, izdavanje zbirki kratkih SF priča te aktivno sudjeluje u programima i manifestacijama grada Pazina. Mogućnost suradnje s udrugom Albus na razvoju integriranog programa moguća je u vidu privlačenja ciljanih posjetitelja, kako sa festivalskog događaja Istrakona tako i sa Festivala fantastične književnosti .</p>
<b>Udruga Val Kulture (ZG)</b>	<p>LegendFest u Pićnju, LegendExpo i LegendArt su projekti udruge koja iako izvan partnerskog područja, može biti jedan od partnera u stvaranju sadržaja na projektnom području. Udruga ima razvijenu suradnju s etnolozima te umjetnicima koji mogu doprinijet u periodu formiranja Interpretacijskog plana za cijelo područje.</p>
<b>Gradska knjižnica i Kuća za pisce</b>	<p>U Strategiji razvoja kulture za razdoblje 2012-2016 vizija kulturnog razvoja glasila je: Pazin – grad književnosti. U tom smjeru razvijao se i brand grada temeljem značajnog broja i kvalitete događaja. Gradska knjižnica i Kuća za pisce dva su dionika koja su značajno pridonijela izgradnji tog identiteta. U slučaju krovne teme integriranog kulturno turističkog programa, Gradska knjižnica može pridonijeti jačem uključivanju lokalnog stanovništva u sustav vrijednosti i poistovjećivanja sa krovnom temom. Naime gradska knjižnica ima mogućnost biti posrednik u intenzivnijem poistovjećivanju lokalnog stanovništva sa novih turističkim proizvodima i tako približiti vlastito kulturno naslijeđe stanovnicima grada. Ipak važno je napomenuti da u prvi korak razvoja destinacije i njenih proizvoda nije nužno uključiti sve dionike s pojedinog područja u taj sustav i to se odnosi na Kuću za pisce, koja se može postepeno uklopiti u integrirani kulturno turistički program.</p>
<b>Udruga TradInEtno</b>	<p>Cilj udruge je očuvanje i promicanje kulture i kulturne baštine središnje Istre te kroz razne aktivnosti surađuje sa drugim udrugama, kulturnim i znanstvenim ustanovama i pojedincima. Dugogodišnji je organizator međunarodnog festivala TradInEtno koji se odvija u dvorištu kaštela. Festivalom, osim promocije i očuvanja nematerijalne baštine udruga doprinosi promociji i revitalizaciji stare gradske jezgre i Kaštela.</p>
<b>Udruga Veliki Mali čovjek</b>	<p>Udruga dugi niz godina u pazinskom kaštelu i drugim lokacijama stare gradske jezgre organizira Festival Sedam Dana stvaranja. Misija 7DS je omogućiti strukturu za interdisciplinarno djelovanje, stvaranje edukativnog međunarodnog okruženja koja spaja različite oblike i načine umjetničkog i kreativnog stvaralaštva čime, poput drugih događanja na ovim lokacijama doprinosi promociji i revitalizaciji stare gradske jezgre i Kaštela</p>

Pučko otvoreno  
učilište Pazin

Organizator brojnih kulturnih događanja koji se često, zbog specifičnosti ambijenta i akustike, odvijaju u prostorima Kaštela. Koncerti klasične ili jazz glazbe česti su gosti pazinskog kaštela što, kao što je slučaj sa festivalima, privlači publiku te doprinosi promociji i revitalizaciji stare gradske jezgre i Kaštela

# BUZET



## 2.4 Buzet

Priprema projektne dokumentacije za uređenje Palače Moretti i Karolinine kuće.



### UNUTARNJI PARAMETRI

#### UGROZE (imovinsko pravni odnosi / vandalizam / gradnja / klimatske promjene / drugo)

Predmet projekta je izrada dokumentacije za uređenje Plače Moretti i Karolinine kuće. Jedna i druga jedinica ključne su za vizuru bedema te održivo korištenja prostora stare jezgre. Prema Integriranom plan revitalizacije starogradske jezgre Grada Buzeta, uključivanje Palače Moretti i Karolinine kuće dobro je promišljeno kao jedna od točaka kružnog kretanja kroz grad s interpretacijskom pričom kroz povijest.<sup>27</sup> Sadržaj koji se predviđen za obje jedinice definiran je tijekom planiranja projekta KulTourSpirit, u sklopu Integriranog programa uredila bi se Palača Moretti tako da obuhvaća „Centar starih zanata“, edukativno – interpretacijski – izložbeni centar koji prikazuje stare zanate koji su bili u funkciji na prijelazu 19. u 20. stoljeće u buzetskoj starogradskoj jezgri. Predviđeni sadržaj bit će povezan i sa postojećim sačuvanim obrtničkim radionicama unutar grada (češljarski obrt, kovačnica i postolarski obrt te pekara). Karolinina kuća postala bi „Karolinina kuća ljekovitog bilja“ u kojoj može biti smještena stara gradska apoteka (muzejski inventar). Trenutne ugroze vezane uz oba objekta tiču se ruševnog stanja objekata te mogućih nezgoda za stanovnike grada, naročito uz mlađu populaciju kojima je to često mjesto igre te ugroze potpunog gubitka ove kulturne baštine slijedom urušavanja.

#### UPRAVLJANJE (struktura i mogućnosti)

Spomenutom infrastrukturom je u 100%-tnom vlasništvu Grada Buzeta te njome upravlja Upravni odjel za gospodarenje prostorom. Nakon perioda ulaganja razmatraju se dvije opcije upravljanja; jedna unutar gradske tvrtke (novoosnovane ili postojeće) i druga unutar Pučkog otvorenog učilišta tj. Zavičajnog muzeja. Procjena je da će upravljanje biti definirano u suradnji s drugim dionicima, prema primjeru organizacije najvećeg kulturno turističkog događaja „Subotina po starinski“ koja pokazuje uspješan primjer suradnje gradske uprave, turističke zajednice, Pučkog otvorenog učilišta i građanstva s jasnom vizijom interpretacije starogradske jezgre.

#### STRUKTURA STANOVNIŠTVA

Grad Buzet, kao drugo najveće središte promatranih destinacija, raspolaže sa najvećim postotkom radno sposobnog stanovništva (70,57%) što predstavlja značajnu prednost u potencijalnim radnim kapacitetima. Dostupna radna snaga je ujedno i najmlađa, s prosječnom starošću od 41,90 godina, međutim u odnosu na prosjek RH, je još uvijek starija za 0,2 godina<sup>28</sup>. Kao i kod većine Hrvatske, karakteristična je depopulacija stanovništva te je u posljednjih 60 godina smanjen broj stanovnika za 3.388 žitelja<sup>29</sup>. Pozitivan pomak je vidljiv u zadnjih 10 godina kada je broj stanovnika porastao za 1,22%, te je uz Kanfanar jedina destinacija koja bilježi pozitivne stope rasta<sup>30</sup>. U obrazovnoj strukturi, gotovo 57% stanovnika ima završeno srednje i/ili visoko obrazovanje što se nalazi ispod prosjeka promatranih destinacija, ali i Istarske županije<sup>31</sup>. Ovakvu strukturu dodatno potvrđuje i činjenica da se Buzetu nalazi najviše osoba bez završenog školskog obrazovanja (42 žitelja) te je evidentno kako je potrebno uložiti

<sup>27</sup> Integrirani plan revitalizacije starogradske jezgre Buzeta, Institut za turizam, srpanj 2017, str 44-46.

<sup>28</sup> Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Statistička izvješća 1468/2012., DZS, 2016.

<sup>29</sup> Održivi razvoj unutrašnje Istre, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.

<sup>30</sup> Izračun autora prema strategiji Održivog razvoja unutrašnje Istre, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.

<sup>31</sup> Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Statistička izvješća 1582/2012., DZS, 2016

dodatne napore u prekvalifikaciju i dodatnu izobrazbu postojećih stanovnika. Prema prikazanoj strukturi stanovništva može se zaključiti kako grad Buzet zahvaćaju trendovi starenja stanovništva što se kao i na nacionalnog razini može odraziti na gospodarske trendove i raspoloživost radne snage. .

## UKLJUČENOST LOKALNOG STANOVNIŠTVA I ZNAČAJ ZA SVAKODNEVNI ŽIVOT

Uključenost lokalnog stanovništva je prvi preduvjet za uspješno predstavljanje novih proizvoda/usluga i njihov plasman na tržište. Svi novo razvijeni proizvodi moraju biti u skladu sa svakodnevnim životom stanovnika te se trebaju temeljiti na autohtonosti lokalnog područja. Najzastupljeniji sektor u kojem je zaposleno gotovo 50% stanovništva je sekundarni što predstavlja usmjerenost na industriju i proizvodnju. Tercijarni, uslužni sektor je zastupljen sa 26,5% što je najmanji postotak od svih promatranih područja<sup>32</sup>. Prikazana struktura rada nije karakteristična za turistička središta, međutim takvom podjelom je smanjena sezonalnost rada, što i potvrđuje podatak da je prosječna stopa nezaposlenosti u 2016. godini iznosila 2,84% te se nalazi znatno ispod prosjeka RH<sup>33</sup>. Izrazita uključenost stanovništva može se interpretirati putem broja udruga i obrta koji su uključeni, bilo direktno ili indirektno, u turističku ponudu. U 2017. godini registrirane su 73 udruge, od čega ih 6 djeluje u području kulture i umjetnosti<sup>34</sup>. Prema obrtnom registru, aktivno je 238 obrta, što čini 34% ukupnih obrta na promatranom području<sup>35</sup>. Navedeni podaci ukazuju na aktivnost stanovništva u gospodarskim i kulturnim djelatnostima, te unatoč visokoj opredijeljenosti za proizvodni sektor, postoji dostatni interes i uključenost stanovništva za turističke aktivnosti.



## VANJSKI PARAMETRI

### ANALIZA POSJETITELJA

Istarski sjever postavlja nove turističke rekorde. Prema podacima sustava eVisitor, na buzetskom području je u prvih šest mjeseci 2017. godine ostvareno 34,92 više dolazaka s obzirom je broj dolazaka sa prošlogodišnjih 4.293 porastao na 5.792. Bilježi se i 24,34 posto više noćenja čiji je broj za razliku od istog razdoblja lani, sa 14.171 povećan na 17.620. Najbrojniji turisti, uz domaće goste koji bilježe 1.642 dolazaka i 3.904 noćenja, su njemački gosti sa 782 dolaska, ali i 4.126 noćenja što je 73 posto više noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godinu. Takvim se turističkim rezultatima buzetsko područje uklapa u hrvatske trendove, koji su potvrda da Hrvatska postaje cjelogodišnja destinacija.<sup>36</sup>

U posljednje 3 godine broj dolazak i noćenja posjetitelja u Gradu Buzetu je u porastu te je 2016. godine zabilježeno 13.595 dolazaka što je 23,75% više nego 2015. godine i 32,49% više nego 2014. godine.

Tablica 7. Broj dolazaka i noćenja turista u Buzetu

Godina	Dolasci	Noćenja
2013.	9.376	30.046
2014.	9.177	31.845
2015.	11.002	36.489



<sup>32</sup> Održivi razvoj unutrašnje Istre, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.

<sup>33</sup> Hrvatski zavod za zapošljavanje, statistika rada, <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1>

<sup>34</sup> Registrat udruga RH, <https://registri.uprava.hr/#!udruge>

<sup>35</sup> Obrtni registrat RH, <http://or.minpo.hr/pretraga.htm>

<sup>36</sup> <https://www.glasistre.hr/89c11672-d1d4-429c-9fc9-567c9b28b655>

2016.	13.595	48.044
-------	--------	--------

Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016., 2015., 2014. i 2013. godini

Što se tiče dinamike dolazaka i noćenja posjetitelja po mjesecima u Buzetu, od svibnja do listopada je turistički najzanimljiviji period.

Tablica 8. Broj dolazaka i noćenja turista u Buzetu u 2016. godini

2016.	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	UK.
Dolasci	324	240	576	648	1.146	1.312	2.244	2.982	1.663	1.216	582	662	13.595
Noćenja	312	533	1.700	1.784	3.614	4.752	9.988	12.794	5.904	3.400	1.277	1.436	48.044

Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam u 2016. godini po mjesecima

## KULTURNI KONTEKST I SADRŽAJ

Kulturni kontekst ulaganja u Karolininu kuću i Palaču Moretti je kulturno povijesna cjelina grada s nekoliko istaknutih točaka definiranih detaljno u dokumentu Integrirani plan revitalizacije starogradske jezgre.<sup>37</sup> Međutim potrebno je naglasiti nastojanje Grada da se kulturno turistički identitete izgradi na predstavljanju „gradskog života“ 18./19. stoljeća, a kulturni kontekst starogradse jezgre pruža idealno okruženje u vidu gradskih vrtova, ulaza u grada (Vela i Mala vrata), Vele šterne, palače Verzi, palače Bigatto, Fontika te lapidarija te drugih obilježja grada. U skladu s tim nastojanjima gradi se i sadržaj koji se temelji na interpretaciji starih zanata i gradskog društva „Pinquente ili obilnog kraja“.

U neposrednoj blizini kroz drugi projekt, Kulttera ulaže se u revitalizaciju kaštela Petrapilosa u blizini Buzeta koji se smatra širim kulturnim kontekstom. Uz kaštel dodatni kontekst za buduće širenje destinacije moguće su i slijedeće lokacije (više u Prilogu 1.):

- **Gradići Vrh i Sovinjak (legenda o zakopanom blagu), Minjera**
- **Grad Hum (srednjovjekovna ikonografija)**
- **Grad Roč (glagoljica)**
- **Zakopano blago Marčenigle i Buzeta**

## SADRŽAJ

Kako je spomenuto grad Buzet gradi identitet na temama predstavljana života grada, najistaknutiji događaj je:

- **Subotina po starinski (grad pozornica –** Palača Moretti preuzet će dio predstavljanja baštine predstavljane tijekom tog događaja)
- **Rašporski kapetan i obitelj Foscari –** Jacopo Foscari kao „istaknuti problematičan član obitelji“
- **Obrtnici –** predstavljanje obrtničkih zanata (mogućnost povezivanja sa predloženom strukturu integriranog kulturno turističkog programa, istražiti djelo: **Tomo Vinčićak**, Iz tradicijske baštine središnje Istre 1998./1999. (opisi tradicijskih zanata u središnjoj Istri)). Potrebno je dodatno valorizirati opise zanata i eventualne elemente praznovjera povezanog uz nadnaravno i mistično, a što je vezano uz početak rada, procese u zanatu i sl.
- **Priča o francuskoj grofici**

<sup>37</sup> Integrirani plan revitalizacije starogradske jezgre, str. 16

- **Palača Moretti**
- **Karolinina kuća**
- **Nadnaravna bića – Mora, Krsnik (ikonografija bijeli i crni pas), Štriga, divovi koji grade Buzet –**  
poveznica sa krovnom temom definirana je u dokumentu koji je izrađen unutar projekta Kultter-a „nadnaravna bića i pojave istarskih tradicijskim predajama“ od strane Etnografskog muzeja Istre.<sup>38</sup>

## PRIHODI I RASHODI

Rashodi za ove dvije lokacije, palaču Moretti i Karolininu kuću nisu utvrđeni. Dok prihodi ne postoje zbog nepostojanja sadržaja i sustava naplate.



## PARAMETRI POVEZIVANJA

### DIONICI

<b>Pučko otvoreno učilište Augustin Vivoda - Zavičajni muzej Buzet</b>	Organizacija istraživački, edukativnih, izlagačkih i zabavnih manifestacija kroz predstavljanje arheološke, etnografske, kulturno-povijesne i umjetničke građe Buzeta i Buzeštine u muzejskim i dislociranim prostorima u starome gradu.
<b>Pučko otvoreno učilište Augustin Vivoda - Narodna knjižnica i čitaonica Buzet</b>	Suradnja kroz organizaciju predavanja, književnih večeri, priredbi i drugih manifestacija.
<b>Katedra Čakavskog sabora Buzet</b>	Kroz suradnju poticala bi se istraživačka i izdavačka aktivnost Katedre kako bi se lokalnom stanovništvu, kao i turistima približila kultura Buzetskog kraja kroz izložbe i moguće manifestacije. Poticanje izdavačke djelatnosti (dio mogućih prodajnih i promotivnih aktivnosti)

<sup>38</sup> Lidija Nikčević i Nikolina Rusac, „Nadnaravna bića i pojave u istarskim tradicijskim predajama“, 2017, Etnografski muzej Istre, str. 16, 22, 33, 34, 40, 52.

# ISTRA INSPIRIT



## 2.5 Istra Inspirit

Istra Inspirit započet je 2012. godine kao zajednička inicijativa i projekt Istarske županije, Turističke zajednice Istarske županije i Istarske razvojne turističke agencije, s 9 doživljaja, odnosno uprizorenih mitova i legendi Istre na autentičnim lokacijama diljem Istre (lokacijama vezanim za pojedini mit ili legendu) te lokacijama partnera projekta KulTourSpirit. U 2013. formalno je osnovana Udruga Istra Inspirit, kako bi se moglo efikasnije i kvalitetnije upravljati razvojem projekta, a krenulo se i s organizacijom novih doživljaja. Od osnutka udruge u prvoj godini održano je ukupno 27 izvedbi, 2013. bilo je oko 30 izvedbi, 2014. ukupno 97 izvedbi, a 2015. 97 izvedbi, s rastom broja posjetitelja od 3000 do 9000 (2015 godine) posjetitelja. Broj različitih Istra Inspirit doživljaja također je rastao tijekom godina: Crispo, Mitska bića Istre, Vještica Mare, Jules Verne: Bijeg iz Kaštela, Buzet po starinski, Iustitia, Svjetionik Ijubavi, Rudarska republika, Spacio, Morganovo blago u Dvigradu i Kupelwieser na Brijunima na području NP Brijuni, Vodnjanske štorije u Vodnjanu i Rogovi ili volovi?/Questioni di corna? u Balama. U prosjeku troškovi po izvedbi su bili oko 20.000 kn, što se smanjivalo nakon početnih ulaganja u kostime, troškova izrade scenarija i eventualnu scenografiju.



Tijekom projekta KulTourSpirit udruga Istra Inspirit izradila je Komunikacijsku i marketinšku strategiju za storytelling vezan uz lokacije i predmete ulaganja drugih partnera. Uz to predstavila je i logo zajedničkog branda, lik istarske koze „storyteller“ prilagođen svakoj lokaciji i jedinstven za cijeli koncept. Osmišljeni proizvod temelji se na pristupu priповjedača koji priča priču (napravljeni scenariji za svaki lokalitet) posjetiteljima, dok se iz trajno postavljenog rekvizita (interpretacijski element) pred objektima rastvara scenografija. Ovakav pristup osmišljen je kako zbog povezivanja lokacija, mjesta i gradova tako i zbog znatno smanjenih troškova u prijenosu priča i legendi središnje Istre.



Tijekom izrade dokumenta Komunikacijske i marketinške strategije definirano je 4 storytelling priče, posebna i prilagođena za svaki lokalitet:

- Buzet / Ljubavni zaplet koja obuhvaća 3 lika: Meneghinu Moretti, Giulia Gravisa te storytellera u liku Karoline.
- Općina Kanfanar – Dvigrad / Priča o kugi i legenda o nastanku Kanfanara
- Općina Savičenta / priča o obitelji, nasljedstvu i vladavini obitelji Morosini, storyteller u liku Pietra Morosinija koji priповijeda priču o kćerima Morosini i Angeli
- Grad Pazin / priča o divu Dragonji i legenda o nastanku Pazinske jame.

Storytelling kao alat u interpretaciji je inovativan pristup kojim se nastoji kroz projekt KulTourSpirit umrežiti sva četiri mjesta i skorašnje vrijeme lansirati kao novi proizvod. U dokumentu su predstavljene smjernice tj. strateške odluke vezane uz komunikaciju, pozicioniranje novog brenda temeljem marketinškog miksa te strategija promocije i medijskog planiranja za storytelling.

Kao zaključak potrebno je napomenuti da udruga djeluje po „Quadro helix“ modelu upravljanja<sup>39</sup>, tj model aktivnog uključivanja 4 sektora (javni, privatni, akademski, civilni sektor). Spomenuti model povoljan je za održivost aktivnosti i proizvoda, a time i novog, predloženog projektom KulTourSpirit. Potrebno je istaknuti da je snažna potpora održivosti svakako djelovanjem unutar akademskog sektora, točnije pri Sveučilište Jurja Dobrile u Puli gdje su studenti smjera Kultura i turizam od početka uključeni u Istra Inspirit kroz kolegij Praktikum. Od 2012. ukupno je preko 150 studenata steklo praksu u Istra Inspiritu, što značajno utječe na dostupnost kvalitetnog kadra za razvoj proizvoda.

---

<sup>39</sup> „Quadro helix“ modelu upravljanja , vrst upravljanja u koji se uključuje 4 sektora; javni sektor (Istarska županija, TZ Istarske županije), privatni sektor (Istra Inspirit d.o.o. kojemu je osnivač Udruga, Istarska razvojna turistička agencija), organizacije civilnog društva (Udruga Istra Inspirit) i akademski sektor (Sveučilište Jurja Dobrile u Puli).

### 3 Zaključak analitičkog dijela

Zaključak analitičkog dijela cjelokupnog integriranog kulturno turističkog programa temeljenog na krovnoj temi istarskih mitova, priča i legendi lokacija Arheološkog parka Dvigrad, Starogradske jezgre i Gradske Lože Svetvinčenta, Kuće istarskih priča i legendi u Pazinskom kaštelu, Muzej na otvorenom u Pazinu, zvoniku te Palače Moretti i Karolinine kuće u Buzetu.

Tablica 9. Zaključak analitičkog dijela

Unutarnji parametri	
Ugroze	<p>Temeljna ugroza za održivost i razvoj integriranog kulturno turističkog programa 4 mjesta može se identificirati kroz trenutno nepostojeći model upravljanja na mikro razini, kao i na razini cjelokupnog integriranog kulturno turističkog programa, što je razumljivo zbog još ne definiranog opsega programa i ne definiranih proizvoda destinacije.</p> <p>Ostale ugroze koje se tiču imovinsko pravnih odnosa ili vlasništva (Dvigrad) nisu prepreka za uspostavu programa ili interpretaciju prostora.</p> <p>Vandalizam je ugroza koju će se sa povećanjem elemenata interpretacije u prostoru, morati sustavno adresirati radi smanjenja takvih slučajeva i troškova nastalih uz isto.</p> <p>Moguća ugroza koja se odnosi na osiguravanje ljudskih resursa može se izbjegići ukoliko se adresira na samom početku uspostave upravljanja integriranim kulturno turističkim programom putem jasnog plana razvoja ljudskih resursa oslanjajući se pritom na lokalne kapacitete.</p>
Upravljanje	Trenutno ne postoji jedinstveni sustav upravljanja integriranim programom, dok se upravljanja turističkim proizvodima na lokalnoj i mikro razini očituje kroz homogenost modela. Svi modeli se temelje na suradnji TZ-ova i lokalne zajednice, ali s novim uspješnim elementom u Svetvinčentu gdje je u model dodan DMC kao pokretač inovativnih turističkih događanja na lokalnoj razini. Naime svaki TZ ograničen je u svom djelovanju zbog postojećeg pravnog oblika TZ-ova koji onemogućava izlazak na tržište stoga TZ s ograničenim proračunom i resursima nije u poziciji kao DMC razvijati i djelovati na tržištu. DMC svakako ima prednost u vidu slobodnije ulogu na tržištu, ali i odgovornost u vidu osiguranja sredstava za operativno djelovanje.
Struktura stanovništva	Područje ima značajan udio visoko obrazovanog stanovništva, što je povoljno za održivost projekta u vidu osiguravanja radne snage za razvoj proizvoda i sadržaja na području obuhvata projekta.
Uključenost lokalnog stanovništva	Uključenost lokalnog stanovništva kroz statističke podatke je povoljna, ipak za održivost budućeg programa biti će potreban veći utjecaj na uključivanje lokalnog stanovništva u gospodarske i sadržajne elemente budućeg integriranog kulturno turističkog programa.

<b>Vanjski parametri</b>	<b>Analiza posjetitelja</b>	<p>Temeljem istraživanja turista putem anketa i intervjua provedenog u listopadu 2017. u svim gradovima koji su predmet Studije te u komunikaciji sa turističkim zajednicama, uočeno je kako u postsezonskom periodu prevladavaju strani turisti, starije životne dobi, veće platežne moći i koji posjeduju visok stupanj obrazovanja. To su pretežito posjetitelji koji pokazuju veliki interes za prirodna i kulturna dobra te ih zanimaju dodatni sadržaji i informacije, a prije svega uvid u lokalnu zajednicu. Takav podatak odstupa od prosječnog turista koji posjećuje RH u ljetnim mjesecima i koji je primarno motiviran za pasivan odmor. Iako je istraživanje provedeno na relativno malom broju turista (30 ispitanika), rezultati u svim destinacijama su vrlo slični što su i potvrdili predstavnici turističkih zajednica svakog grada. Prosječno vrijeme njihovog boravka iznosi 10 noćenja što je iznad prosjeka RH koje iznosi 8,7.</p> <p>Anketiranje i intervjuiranje turista u post-sezoni na predmetnom području ukazuje na sljedeće preferencije u predstavljanju sadržaja (potrebno ponovo definirati prije izrade Interpretacijskog plana, vidi poglavlje 5. Akcijski plan)):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ kombinacija klasičnih elemenata u prostoru o kulturnoj baštini i običajima (interpretacijske ploče) te suvremenih modela putem mobilnih aplikacija</li> <li>■ Bolji kontakt s lokalnim stanovništvom radi uvida u lokalne običaje</li> <li>■ Prenošenje informacija na personalizirani način, preko vodiča/interpretatora.</li> </ul>
	<b>Kulturni kontekst</b>	<p>Kulturni kontekst područja koji je predmet Studije nije homogen i predstavlja riznicu novog sadržaja međutim samo u uvjetima dobrog upravljanja destinacijom. U suprotnom vjerljiv je scenarij neuspješnog prenošenja informacija, a time i neuspješnog poticanja interesa posjetitelja za jedinstvenu krovnu temu destinacije (mitovi, legende i priče) zbog difuznog pristupa. Naime nehomogen povijesni kontekst ili karakter kulturne baštine (vjerski/civilni) ne bi trebao predstavljati prepreku za interpretaciju krovne teme.</p>
	<b>Rashodi i prihodi</b>	<p>Trenutni rashodi odnose se na redovito održavanje lokacija i izradu dokumentacije za njihovo uređenje i stavljanje u funkciju integriranog kulturno turističkog programa. Prihodi se trenutno ne generiraju.</p>

<b>Parametri povezivanja</b>	<b>Istraživanje i razvoj</b>	Povoljni parametri za ovu kategoriju odnose se na nacionalnu i međunarodnu prisutnost znanstvenih specijaliziranih događaja ili stručnjaka koji mogu biti element za nadogradnju sadržaja, promociju destinacije za targetirane posjetitelje te dosljednosti vezanom uz autentičnost prostora.
	<b>Dionici</b>	U svim mjestima povoljno uključivanje lokalnog stanovništva u kulturne i gospodarske aktivnosti mjesta ukazuju na najznačajniji potencijal za održivost integriranog kulturno turističkog programa za koji je potrebno u Akcijskom planu definirati jasne aktivnosti.
	<b>Sadržaj</b>	Postoji značajan potencijal za razvoj sadržaja, međutim zbog njegova opsega (krovna tema legende, mitovi i priče) biti će potrebno razviti scenarije interpretacije za cijelo područje zajedno i pojedinačno s jasnim planom razvoja sadržaja u petogodišnjem periodu. <sup>40</sup> I to na način da se zadovoljena dva aspekta interpretacije, jedan koji se odnosi na fokusiranje posjetiteljevih emocija i involviranosti u sadržaju, a drugi koji se fokusira na prijenos i interpretaciju sadržaja uključivanjem lokalnog stanovništva.

### 3.1 Potencijalni interpretacijski indeks

Uz kratku analizu postojećih interpretacijskih ploča proveden je i kratki pregled potencijala i potrebe za interpretacijom pojedinih točaka u analiziranom prostoru. Ovaj indeks se određuje na temelju nekoliko ocjena:

1. Singularnost  
*Aspekt se odnosi na uvjet rijetkosti unutar analiziranog prostora.*
2. Atraktivnost  
*Kapacitet analiziranog za privlačenjem pažnje posjetitelja bez interpretacije. Veća atraktivnost /veća vrijednost.*
3. Otpornost na utjecaje  
*Utjecaj posjetitelja ili drugih uzročno posljedičnih elemenata učestalih posjeta.*
4. Pristup  
*Uvjeti pristupa za različite posjetitelje (usko, strmo, opasno za djecu i sl.).*
5. Sezonalnost  
*Mogućnost posjeta kroz sva godišnja doba.*
6. Trenutna posjećenost.  
*Frekventnost posjeta u odnosu na druga mjesta analize.*
7. Dostupnost informacije o predmetnoj baštini.

<sup>40</sup> Uz do sada navedenu i opisanu literaturu, jedinica autora Justa Ivetaca pod nazivom "Zanimljiva Istra" i "Manje poznata Istra" imaju potencijal proširiti turistički pogled na mala mjesta u neposrednoj blizini spomenutih lokacija, a koja u sebi sadržavaju duboku povijest i zanimljivosti. Knjiga "Štorice: od štrig i štriguni" autora Drago Orlića, kao i "Zakopano zlato" Maje Bošković-Stulli pričaju nam priču o drugačijoj povijesti Istre, o usmenim pripovijetcama, predajama i legendama koje su na ovom području duboko prožete u same živote zajednica. "Svetvinčenat" Ivana Milovana i "Pazin" Petra Strčića mogu nam poslužiti kao monografije mjesta, kratke povjesne crtice o zanimljivostima i običajima zajednica spomenutih gradova.

*Aspekt ocjene se odnosi na dostupnost dodatnih informacija-podataka vezanih uz analizirani prostor/predmet in situ. (viša ocjena manje informacija).*

8. Stupanj težine interpretacije

*Ocjenuje se mogućnost shematskog i jasnog prenošenja poruke vezane uz analizirani predmet.*

9. Povezanost s drugim lokacijama/ temama/ predmetima

*Koherentnost u odnosu na druge lokacije/teme/predmeta analiziranog područja.*

Ovaj alat služi za definiranje „sivih“ interpretativnih mesta, (za sada samo prostornih) drugim riječima upućuje nas na mesta gdje je potrebno uložiti više truda oko definiranje interpretativnih alata. Također bitno je napomenuti da je u finalnu ocjenu unesen i aspekt vezan uz sigurnost za posjetitelje i pojavljivanje mogućih problema. Vrijednosti ocjene za gore navedene kategorije kreću se prema slijedećoj skali:

- Izrazito (12-9)
- Srednje (8-5)
- Smanjeno (4-1).

Ocjene za sigurnost i moguće probleme su na skali između 1 – 3, s time da niža ocjena kod kolone „sigurnost“ označava manju sigurnost za posjetitelje, a u slučaju problema, označava manju mogućnost pojavljivanja problema.<sup>41</sup> U slučaju niže ukupne ocjene radi se o prostoru ili mjestu koje je definirano kao siva zona interpretacije područja te, kako je već rečeno, ukazuje na moguću slabu točku budućeg interpretacijskog plana ukupne destinacije. U tom slučaju potrebno je usmjeriti pozornost na ta mesta pazeći da ih se u dovoljnoj mjeri i jasno interpretira kako bi se dosegla ista razina atraktivnosti, sigurnosti i povezanosti kao i ostale točke destinacije.

Ocjene će biti uzete u obzir tijekom definiranja opcija vezanih uz novi sadržaja, marketinške mjere i akcijski plan.

---

<sup>41</sup> Sigurnost je glavni kriterij odabira mesta posjete posjetitelja, u slučaju postojanja opasnost za sigurnost posjetitelja vjerojatniji je scenarij odustajanja od posjeta. Ovo je potrebno uzeti u obzir u konkretnom slučaju Dvigrada i kvalitetnoj interpretacije tog prostora za posjetitelje kao mesta smanjene sigurnosti (trenutno je neprikladan znak „Posjet na vlastitu odgovornost“).

### 3.1.1 Interpretacijski indeks

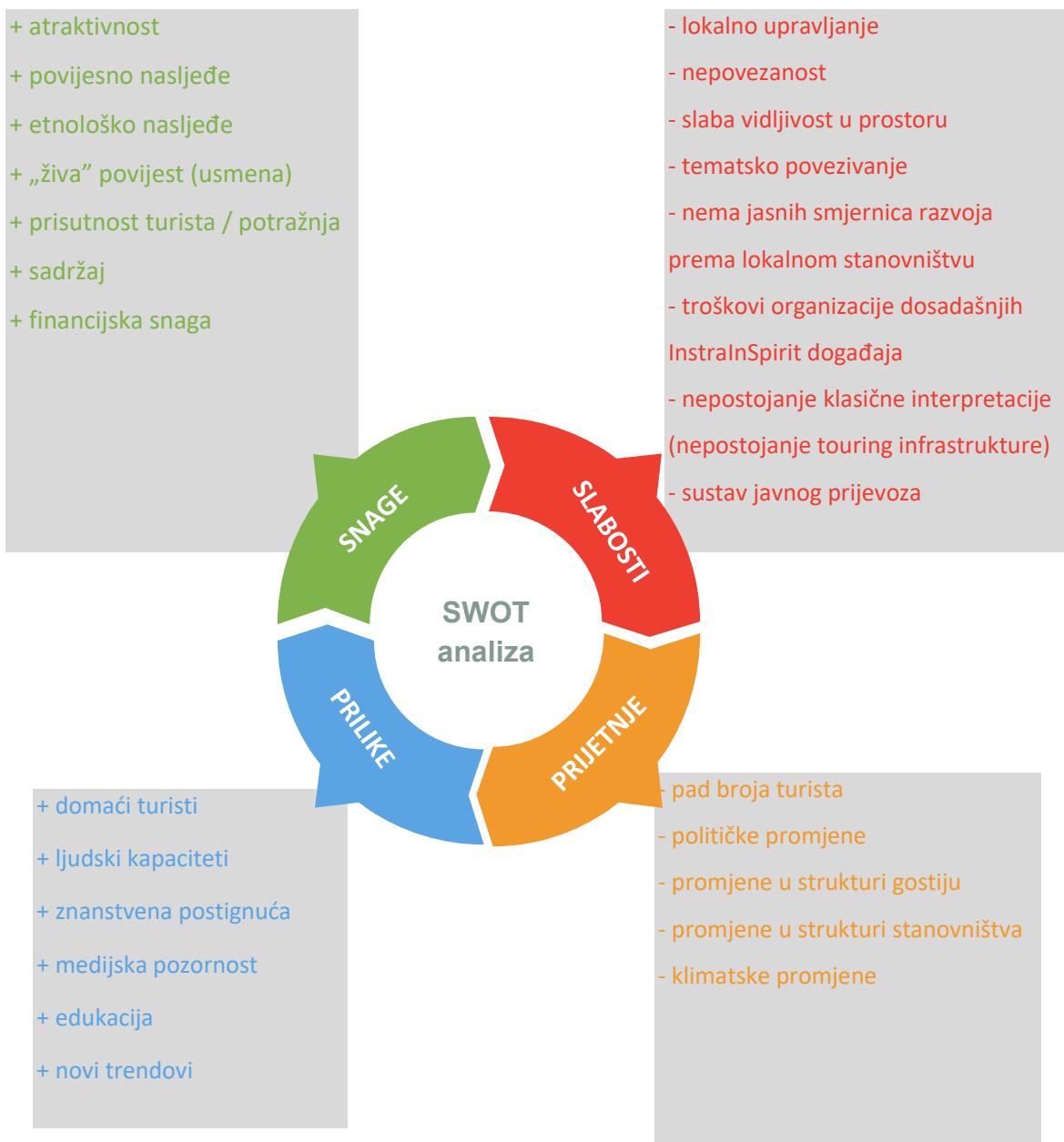
Tablica 10. Prikaz interpretacijskog indeksa

Kulturna/prirodna baština	Singularnost	Atraktivnost	Otpornost na utjecaje	Pristup	Sezonalnost	Trenutna posjećenost	Nedostupnost informacije	Stupanj težine interpretacije	Povezanost s drugim lokacijama / predmetima	Sigurnost	Mogući problemi	FINALNA OCJENA
Kaštel - Pazin	10	11	10	10	2	11	8	2	8	3	1	76
Starogradska jezgra Pazin	5	4	5	10	2	9	4	6	4	2	3	53
Zvonik u Pazinu	9	8	10	10	2	3	4	4	7	2	2	61
Dvigrad – arheološko područje	12	10	7	7	2	6	1	2	8	1	2	58
Palača Moretti - Buzet	7	5	3	3	2	/	9	3	6	3	2	43
Karolinina kuća - Buzet	7	6	3	3	2	/	9	3	9	3	2	47
Povijesna jezgra Svetvinčenat	10	11	10	11	2	10	7	3	6	3	2	75
Loža Svetvinčenat	7	5	9	11	2	9	6	3	5	3	2	62

Rezultati provedeni na mjestima ulaganja ukazuju na nekoliko točaka unutar planiranog integriranog kulturno turističkog modela koje zahtijevaju veću pozornost i istaknutije mjesto u povezivanju i interpretaciji, moguće i u ulaganju kako bi se dosegla ista razina interpretacijskog indeksa. Točke niže ocjene odnosi se na ulaganja u Buzetu i na ulaganja u Muzej na otvorenom te djelomično na Dvigrad (sigurnost) uzimajući u obzir trenutno stanje tj. stanje prije ulaganja.

### 3.2 SWOT analiza

SWOT analiza odnosi se na područje projekta, točnije središnju Istru te uvjete povezivanja svih mesta, kulturno turističke proizvode, dionike i potencijale. SWOT analiza služit će za razradu opcija vezanih uz sadržaj, upravljanje destinacijom.



## 4 Analiza opcija i preporuke

### 4.1 Uvod

Istarska županija prema analizi predstavljenoj u *Master planu turizma Istarske županije* je prostor stagnacije turističkog razvoja iako u Hrvatskom kontekstu najrazvijenije turističko područje.<sup>42</sup> Kako je zaključeno u dokumentu, ovoj se stagnaciji među ostalim mjerama može doskočiti razvojem novih kulturno turističkih proizvoda nevezanih ili vezanih uz turizam „mora i sunca“. Naime u Istri i općenito u sektoru turizma, ne postoji problem potražnje već postoji problem u ponudi i profesionalnom razvoju proizvoda i marketingu istih.<sup>43</sup> Upravo su kulturni resursi, njihovi programi (kao i prirodni resursi) definirani kao područja na koje utječe destinacijski marketing stoga i područja u koja je ključno ulagati.

Iz perspektive definiranja opcija za ovaj integrirani kulturno turistički proizvod taj podatak je vrlo bitan, naročito imajući u vidu nedostatke koji su definirani i u Master planu na razini *Organizacije putovanja* za Istru. Naime među ostalim nedostacima destinacije Istre spominju se nedovoljne marketinške aktivnosti, neadekvatan *story telling*, neinspirativna promocija uz nedostatak ideja sezonskih itinerera i sl.<sup>44</sup> Stoga je opravданje za ovakav projekt povezivanja mjesta/gradova putem krovne teme „mitovi i legende Istre“ na principima koji će biti predstavljena dalje u tekstu, snažno.

*Istarska kulturna strategije* također naglašava nužnost ostvarivanja ciljeva koji se odnose na suradnju s turističkim sektorom u definiranju turističkih ruta uz nužno povećanje interesa javnosti za kulturnu baštinu (cilj 4.6, 4.9), stoga na strateškoj razini, ideja stvaranje tematske ture, je podržana i kroz službene strateške dokumente.

Ovo poglavlje ponudit će umjesto strateških smjernica, opcije upravljanja destinacijom kao i opcije definiranja cijele destinacije s naglaskom na aktivnosti koje je potrebno poduzeti za ostvarenje svake opcije.

### 4.2 Dionici

Kao dio procesa koji se odnosio na definiranje preporuka i osnovnih smjernica za definiranjem i upravljanjem integriranog kulturno turističkog programa namjera izrađivača bila definirati stavove oko prihvatljivih rješenja u prostoru, poznavanja krovne teme, strukture posjetitelja i dr. U skladu s time u ograničenom opsegu u proces su bili uključeni vanjski dionici i predstavnici partnerskih institucija sa projekta KulTourSpirit.

#### 4.2.1 Vanjski dionici

Pristup istraživanja mišljenja dionika provedeno je kroz strukturirane i nestrukturirane intervjuje, ankete te je obuhvatio predstavnike turističkih zajednica, posjetitelje (manji broj u post sezonskom periodu na obuhvatnom području), predstavnike udruga aktivnih na području istraživanja povijesti područja, stanovništvo spomenutih mjesta. Kod formiranja opcija i preporuka uzeti su u obzir usuglašeni stavovi prisutni kod većine dionika.

<sup>42</sup> Potrebno je naglasiti da se to ne odnosi na unutrašnjost Istre gdje se bilježi obratni trend.

<sup>43</sup> Master plan istarskog turizma 2015.-2025., Horwath HTL, str. 39.

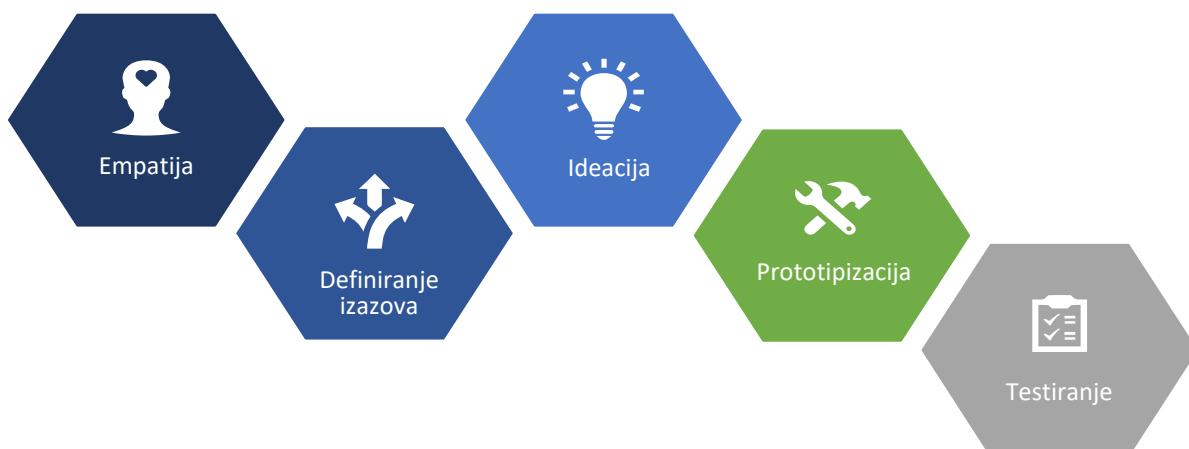
<sup>44</sup> Master plan istarskog turizma 2015.-2025., Horwath HTL, str.88.

#### 4.2.2 Predstavnici partnerski institucija KulTourSpirit

Prvi korak u procesu definiranja opcija za novu tematsku destinaciju bilo je strateško planiranje s predstvincima Općine Kanfanara, Svetvinčent, grada Pazina i Buzeta te istarske županije i Udruge Istralnspirit. Planiranje je preusmjерeno u planiranje za razvoj opcija za spomenuti programa. Naime dionici su sami izrazili zabrinutost vezano uz spremnosti definiranja strateških odluka vezanih uz integrirani program, te se ovom koraku pristupilo kroz radionicu koja je definirala moguće opcije za upravljanje i usmjerjenja dionika u preferencijalni smjer razvoja proizvoda.

Radionica je održana u studenom 2017. godine u Poreču sa predstvincima svih partnera na projektu Kultourspirit te predstvincima TZ-a i drugih dionika.

Radionica je bila koncipirana kroz „design thinking“ metodu kojom sadrži nekoliko koraka u definiranju proizvoda te je prikazana u slijedećem grafu:



Slika 2. Prikaz procesa u primjeni metode „design thinking“ radi definiranja mogućih proizvoda budućeg integriranog kulturno turističkog programa

Primjenom ove metode potencira se definiranje ekstrema u eventualnim proizvodima uzimajući u obzir profile korisnika tih proizvoda. Ovakvim pristupom pokušava se „provocirati“ nezamislivost, a time i tehnička (i druga) inovativnost eventualnih proizvoda. U ovom postupku se ne razmišlja o finansijskoj ili operativnoj izvedivosti, već o ideji koja se kasnije može i treba prekrojiti u izvedivu opciju.

Ishod radionice je tako rezultirao definiranim potencijalnim proizvodima za destinaciju, u nekim slučajevima i procesima razvoja tog proizvoda. Upravo takav proces dao je i naslutiti na što su spremni lokalni dionici kako u davanju podrške, tako u provedbi i razvoju istih:

- Nova rješenja proizvoda očituju se u virtualnom mapiranju turističkih lokaliteta i atrakcija. Povijest i legende bi se tako prikazivale kroz **virtual reality** naočale, komplementarne holograme i multimediju. Kroz uporabu multimedije potaknula bi se i veća interaktivnost turista kroz kombinaciju escape room-a i lova na blago (treasure hunt) kroz lokacije. Povijest lokaliteta i prikaz legendi prikazivale bi se i kroz tehniku projekcije 3D mapping ili projection mapping, kao i video projekcijama u multimedijalnim sobama.

- Atraktivnost lokacija povećala bi se postavljanjem **selfie pointova** sa ugrađenom GPS lokacijom koja bi tako stvorila novu umjetnu atrakciju. Lokacije na kojima bi bili postavljeni su redom: u Savičentu kod kaštela Morosini-Grimani, u općini Kanfanar na ruševinama srednjovjekovnog grada Dvigrada, u gradu Pazinu kod Kaštela te u Buzetu kod kaštela Pietrapelosa. Na svakom bi se od navedenih lokaliteta izgradilo nekoliko selfie pointova koji bi kombinirali realnost, objekt u pozadini, i umjetnu atrakciju na svakom od pointova. Neke od umjetnih atrakcija su primjerice veliki ključ u gradu Savičente kao simbol otključavanja mistične povijesti kaštela Morisini-Grimani, u Buzetu bi tako veliki zmaj letio iznad kaštela Pietrapelosa, u Dvigradu bi umjetna atrakcija bili gusari i potraga za Morganovim blagom, a u pazinskom Kaštelu bila bi to knjiga kao simbol Pazina, grada književnosti. Izdavali bi se tako i promotivnim materijali s itinerarom selfie pointova, a postojala bi i mogućnost da se snimljene fotografije objavljaju na određenom mrežnom mediju, web stranicama ili na društvenim mrežama primjerice lokalnih turističkih zajednica ili samog KulTourSpirit projekta.
- Ideja prezentiranja turističkih lokacija kroz **promotivne materijale u slici bez teksta** inspirirane kozom Istra Inspirita kao storytellera i junaka ima cilj približavanje i pripovijedanje legendi i priča turističkih atrakcija kroz tiskani materijal. Tako bi glavni lik stripa/slikovnice bila upravo koza koja putuje kroz vrijeme, kroz stoljeća i upoznaje 'junake' mitova i legendi središnje Istre. Materijali bi se dijelili u uredima turističkih zajednica ili ugostiteljskim objektima. Za 'mlađe' turiste na multimedijalnim info punktovima ta bi se priča prikazala kroz film. Dodatna promocija brenda KulTourSpirit je realna Istra Inspirit koza (kostimirana osoba) koja bi bila prisutna na svim većim eventima Istre i svojom pojmom intrigirala posjetitelje.
- Na sličan način predstavljanja i približavanja legendi i priča turističkih lokacija kreće se i ideja edukacije **storytellera** i asistenata o sadržaju sve četiri lokacija, a koji bi na taj način bili osposobljeni prezentirati sve lokacija uključene u projekt. To bi bilo omogućeno osnivanjem vlastite agencije ili destinacijske menadžment kompanije koja će se brinuti o rasporedu, naplati i prodaji proizvoda, kao i o nabavci vozila uz sufinanciranje jedinica lokalne samouprave na način osnivanja javno-privatnog partnerstva. Vozilo, auto ili kombi, bi tako omogućilo i djelatnicima i turistima brži, siguran i kvalitetniji prijevoz na navedene destinacije. Izdavale bi se i papirnate brošure i itinerari kreirani u suradnji s lokalnom turističkom zajednicom kako bi se povećala šira prepoznatljivost ovog brenda. Jedna od istaknutih ponuđenih mogućnosti bila bi i organiziranje privatnih tura za grupe, starije posjetitelje i ljude više platežne moći, kao i mogućnost tura na drugim jezicima, posebice na njemačkom, talijanskom i engleskom jeziku. Naglasak ovih tura bio bi na već spomenutim legendama, pričama i mitovima koji su vezani uz lokalitet, ali i na tradicionalnim zanatima, hrani, običajima i tradiciji.
- Slijedeća ideja, po pitanju ulaganja i mogućnosti je najzahtjevnija opcija po pitanu stavljanja u skorašnju funkciju. Ideja se odnosi na organiziranje **vlaka na liniji Buzet-Kanfanar-Pula** koji bi bio opremljen najnovijim tehnologijama virtualne stvarnosti koje bi uključivale i 4D priče za djecu. Vlak bi se mogao nadovezati na formiranje zabavnog parka za djecu i obitelji sa najnovijim tehnologijama te edukativnim i zabavnim sadržajima koji bi se predstavljali priče, legende i mitove središnje Istre.

Kao zaključak radionice odlučeno je slijedeće:

- Dokument Studije umjesto strateških smjernica ponudit će opcije za slijedeće elemente integriranog kulturno turističkog sadržaja:
  - oblici upravljanja / opcije i modeli interpretacije / opcije novog sadržaja

### 4.3 Opcije upravljanja

Radionica je bila ishodišna točka za razumijevanje mogućnosti i preferencija lokalnih dionika koji su ključni u pokretanju, razvoju i održivosti destinacije. Radionica je, osim mogućih proizvoda za destinaciju, ponudila i temelj za istraživanje opcija upravljanja.

Oblici upravljanja na razini pojedinačnih ulaganja u procesu su definirana, za sada je razvidno da će predmetom ulaganja u Svetvinčentu upravljati Općina i općinske tvrtke, za općinu Kanfanar predstoji proces dogovora o upravljanju arheološkim parkom s RH tj. traženju Prava na upravljanje, dok se za ulaganja u Buzetu razmatraju opcije upravljanja preko gradskih tvrtki. Grad Pazin kao partner s većim brojem ulaganja upravljalat će direktno ulaganjima koji se tiču zvonika i Muzeja na otvorenom, dok se za Kuću istarskih priča i legendi razmišlja o rješenju za upravljanje unutar strukture Gradskog muzeja.

Opciju upravljanja na razini integriranog kulturno turističkog programa razmatrane su na temelju upravljanja kulturno turističkim destinacijama središnje Istre koja počiva na nekoliko aktera koji posredno ili neposredno utječe na sadržaj i kvalitetu destinacije:

- Istarska razvojna turistička agencija (IRTA)
- Turističke zajednice
- Lokalni DMC
- Privatne lokalne inicijative
- Društvene lokalne inicijative
- Istarska kulturna agencija
- Centar za nematerijalnu baštinu Istre

Upravo radi velikog broja dionika u upravljanju partikularnim dijelovima destinacije u SWOT analizi identificirane su dvije slabosti vezane uz upravljanje; jedna se odnosi na dominantno lokalno upravljanje područja (KulTourSpirit područja), a drugo na nepovezanost područja (sadržajno i operativno). Naime analiza je ukazala na nepostojanje dominantnog aktera koji bi mogao povezati područja, trenutno, ili nakon izgradnje dodatnih kulturno turističkih sadržaja. Stoga su u nastavku predstavljene kratke analize i opcije postojećih i mogući aktera koji bi upravljali destinacijom središnje Istre temeljene na sadržaju koji obuhvaća legende, priče i simboliku središnje Istre, kao temelj predstavljanja izglednih rješenja.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Treba uzeti u obzir da će se destinacija sa trenutnih partnerskih područja širiti na druge općine i gradove centralne Istre.

Tablica 11. Analiza i opcije postojećih i mogućih aktera koji bi upravljali destinacijom središnje Istre

Subjekt	Prednosti	Moguće slabosti
Istarska razvojna turistička agencija (IRTA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postojeća infrastruktura</li> <li>• Iskustvo u razvoju turističkih proizvoda</li> <li>• Iskustvo u razvoju / prodaji/ promociji Istra InSpirit događaja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljna povezanost sa lokalnim dionicima i stanovništvom (vlasništvo)</li> <li>• Nemogućnost pokrivanja i razvoj svih potencijala kulturno turističkog proizvoda</li> <li>• Nedostatak ljudskih kapaciteta</li> </ul>
Turističke zajednice (lokalne) <sup>46</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povezanost s lancem lokalnih dobavljača, s lokalnim dionicima</li> <li>• Mogućnost prodaje</li> <li>• Mogućnost utjecaja na specifičnost turističkih proizvoda</li> <li>• Mogućnost usmjeravanja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nemogućnost djelovanja na više točaka destinacije</li> </ul>
DMC za specifični kulturno turistički proizvod <sup>47</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usmjerenost na razvoj kulturno turističkog proizvoda</li> <li>• Prikladni ljudski kapaciteti</li> <li>• Tržišna usmjerenost</li> <li>• Povezanost s lokalnim dobavljačima</li> <li>• Povezanost s lokalnim dionicima</li> <li>• Mogući animator i motivator cijele destinacije</li> <li>• Najisplativiji oblik upravljanja destinacijom.<sup>48</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost postupnog odmicanja od autentičnosti proizvoda</li> </ul>
Istarska kulturna agencija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost razvoja proizvoda dodanih vrijednosti (međutim ne nužno usmjerenih na razvoj turizma)</li> <li>• Usmjerenost novim medijima i inovativnim idejama u području kulture i kulturnih industrija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nema usmjerenost niti ljudske kapacitete za djelovanje na području turizma i ciljanog podizanja kvalitete određene destinacije.</li> </ul>

<sup>46</sup> U tijeku je izrada novog prijedloga Zakona o turističkim zajednicama koji je predlaže novi pravni oblik TZ-ova. Naime turističke zajednice bi trebale funkcionirati u formi DMO – Destination Management Organization tj. organizacije za upravljanje destinacije. Razlika između postojećeg pravnog oblika TZ-ova i budućeg jest omogućavanje TZ-ovima da djeluju na tržištu, što će utjecati na izvore financiranja za unaprjeđenje kvalitete destinacije i održivost upravljanja destinacijom. U ovom prijedlogu uzima se u obzir novi potencijalni oblik funkcioniranja TZ-ova

<sup>47</sup> DMC - destination management company, „third-party“ tvrtka koja pruža profesionalne usluge planiranja i izvršavanja programa događanja i svih potrebnih popratnih usluga. Prava vrijednost DMC-a prvenstveno leži u opsežnom poznavanju lokalnog područja, kao i profesionalnih odnosa i lokalnih resursa, takva tvrtka može pružiti veliku pomoć korporativnim događanjima i organizatorima koji koordiniraju događanja van područja u kojem rade ili pak razvijati ponudu kulturno turističkih događaja svog mjesa.

<sup>48</sup> R. Lekić, Ž. Trezner, N. Manc: „DMC as a creator of memorable experience in tourist destination“, Tourism and Hospitality Industry 2014, CONGRESS PROCEEDINGS Trends in Tourism and Hospitality Industry, str. 110.

Centar za nematerijalnu kulturu Istre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Povezanost s potencijalnom temom destinacije</li> <li>Povezanost s internacionalnim partnerima</li> <li>Mogućnost razvoja proizvoda dodane vrijednosti (ali ne samostalno)</li> <li>Ljudski kapaciteti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ne postoji usmjerenost ka razvoju turističke destinacije ili izgradnje programa/proizvoda u tom smjeru</li> </ul>
Javna ustanova u kulturi (nova)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Usmjerenost na organizaciju kulturnih događaja</li> <li>Usmjerenost na promociju lokaliteta</li> <li>Upravljanje direktno povezano s osnivačima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Osnivački kapital (radi zapošljavanja)</li> <li>Ne mogućnost djelovanja na tržištu (potreba za osnivanjem d.o.o)</li> </ul>
Neformalni oblik koordinacije destinacijom	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brže odlučivanje u vidu plasmana novih ideja i proizvoda</li> <li>Jačanje lokalnih inicijativa</li> <li>Poznavanje lokalne mreže dionika i prilika</li> <li>Poznavanje lokalne predaje i opcije za nadogradnjom.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rizik od odustajanja u upravljanju zajedničkim proizvodima</li> </ul>

## OPCIJE UPRAVLJANJA

Opcije upravljanja razmatraju se detaljnije za subjekte koji imaju mogućnost uključivanja svih dionika te provedbe svih zadaća za upravljanjem integriranog kulturno turističkog programa ne narušavajući pritom osnovnu djelatnost subjekta/institucije. K tome u SWOT analizi identificirano je atraktivno povjesno, etnološko naslijeđe te sadržaj kao jedne od snaga prostora središnje Istre. Uz te snage, prisutnost turista i finansijska snaga samouprava i privatnog sektora također su identificirane kao snaga područja za stvaranjem nove destinacije te je upravo iz tog razloga predložena opcija upravljanja koja uključuje i osnivanje novog poslovnog subjekta (poslovno/investicijski opravdana opcija). Uzimajući u obzir opseg koji bi trebao biti obuhvaćen novim integriranim kulturno turističkim proizvodom i destinacijom, Istarska razvojna turistička agencija te novoosnovani DMC imaju najviše mogućnosti djelovati na polju upravljanja i razvoja novog integriranog kulturno turističkog programa. Kao treća i četvrta mogućnost predloženi su oblici upravljanja za prijelazno razdoblje i oblik neformalnog upravljanja kroz koordinaciju dionika koje također ukazuju na moguću održivost u početnom periodu razvoja destinacije.

### 1. OPCIJA 1: Osnivanje novog DMC-a

DMC bi po svojoj definiciji trebao održava dubinsko poznavanje lokalnog područja ili regije koju zastupa, a to se pogotovo odnosi na lokalnu koordinaciju i provedbu aktivnosti, od programa i logističkog aspekta događanja do aktivnosti događanja. K tome DMC nastupa u svoje ime i kontrolira

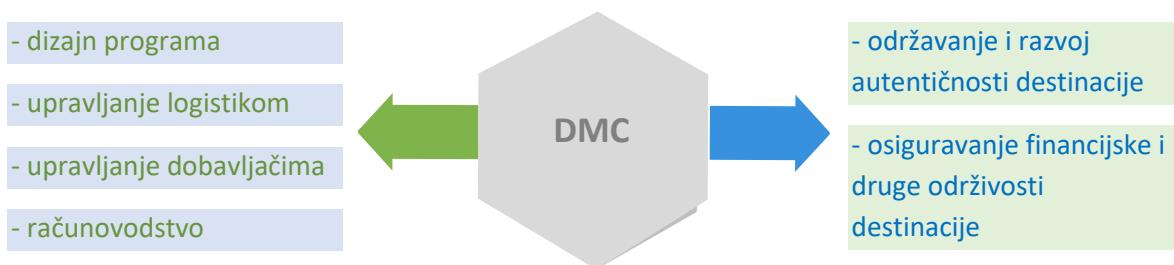
upravljanje svojim poslovima i proizvodima samostalno. Upravo to ih razlikuje od drugih receptivnih agencija, koje uglavnom djeluju u ime nekog klijenta.

Ukratko, DMC je visoko specijalizirani konzultant za svaki aspekt događanja i planiranja događanja destinacije. Kao „lokalni konzultant“, većina DMC-ovih usluga spada pod sljedeće kategorije:

- dizajn programa (odabir mjesta i rezervacija, organiziranje aktivnosti događanja, dekoracija)
- upravljanje logistikom (poput programa, prijevoza, čak i koordinacija dolaska i odlaska gostiju)
- upravljanje dobavljačima (odabir dobavljača i dogovor cijene)
- računovodstvo (revizija i plaćanje faktura dobavljača, financijski pregovori i detaljno vođenje računa).

Međutim u slučaju integrirano kulturno turističkog programa koji bi mogao proizaći iz projekta KultTourSpirit i drugih njemu sličnih, DMC bi imao šиру ulogu u upravljanju destinacijom jer se radi o znatno širem krugu dionika koji bi trebali imati ulogu strateškog upravljanja. Uz to imao bi dvije ključne zadaće, a to je ***održavanje i razvoj autentičnosti destinacije***, dok se druga odnosi na standardu ulogu DMC-a, a to je ***osiguravanje financijske i druge održivosti destinacije***.

Drugim riječima DMC bi imao ulogu a) stvaranja, b) komunikacije, c) održavanja razine kompetitivne prednosti pred drugim destinacijama.<sup>49</sup>

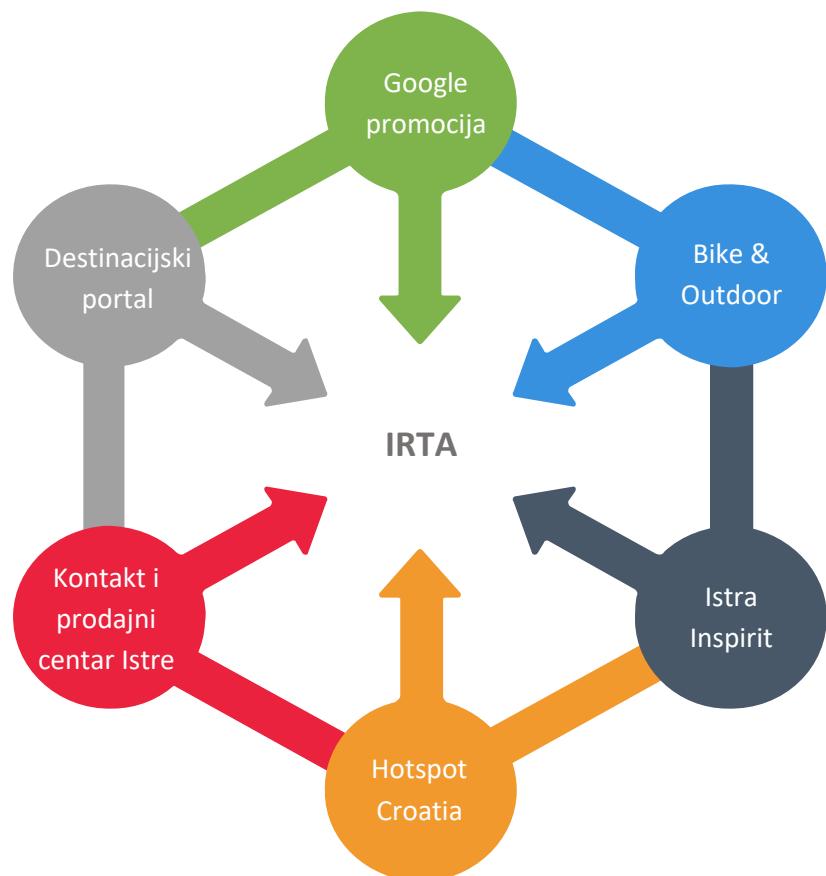


<sup>49</sup> R. Lekić, Ž. Trezner, N. Manc: „DMC as a creator of memorable experience in tourist destination“, Tourism and Hospitality Industry 2014, CONGRESS PROCEEDINGS Trends in Tourism and Hospitality Industry, str. 118.

## 2. OPCIJA 2: Upravljanje kroz Istarsku razvojnu turističku agenciju

Druga moguća opcija za upravljanje integriranim kulturno turističkim programom jest kroz strukture postojećeg regionalnog DMC-a, *Istarske razvojne turističku agenciju (IRTA)*. Naime već postojeće iskustvo u prodaji proizvoda IstraInSpirit ovoj organizaciji daje određenu prednost pred novim identitetom za upravljanje, kao i povezanost sa strukturama koje utječu na kvalitetu i mogućnost prodaje turističkog proizvoda. Još jedna prednost je svakako autoritet i već uspješni projekti koji su pokrenuti i u provedbi. Međutim vlasništvo i udjeli nad ovim DMC-om ne uključuju i lokalnu samoupravu, već regionalnu i velike dionike u turizmu Istre. Iz tog razloga trebalo bi uzeti u obzir načine uključivanja lokalnih dionika u procese donošenja odluka vezanih uz upravljanje integriranim kulturno turističkim programom, budući da će financiranje infrastrukture i ljudskih kapaciteta biti vezano uz proračune lokalne samouprave i ostalih lokalnih dionika.

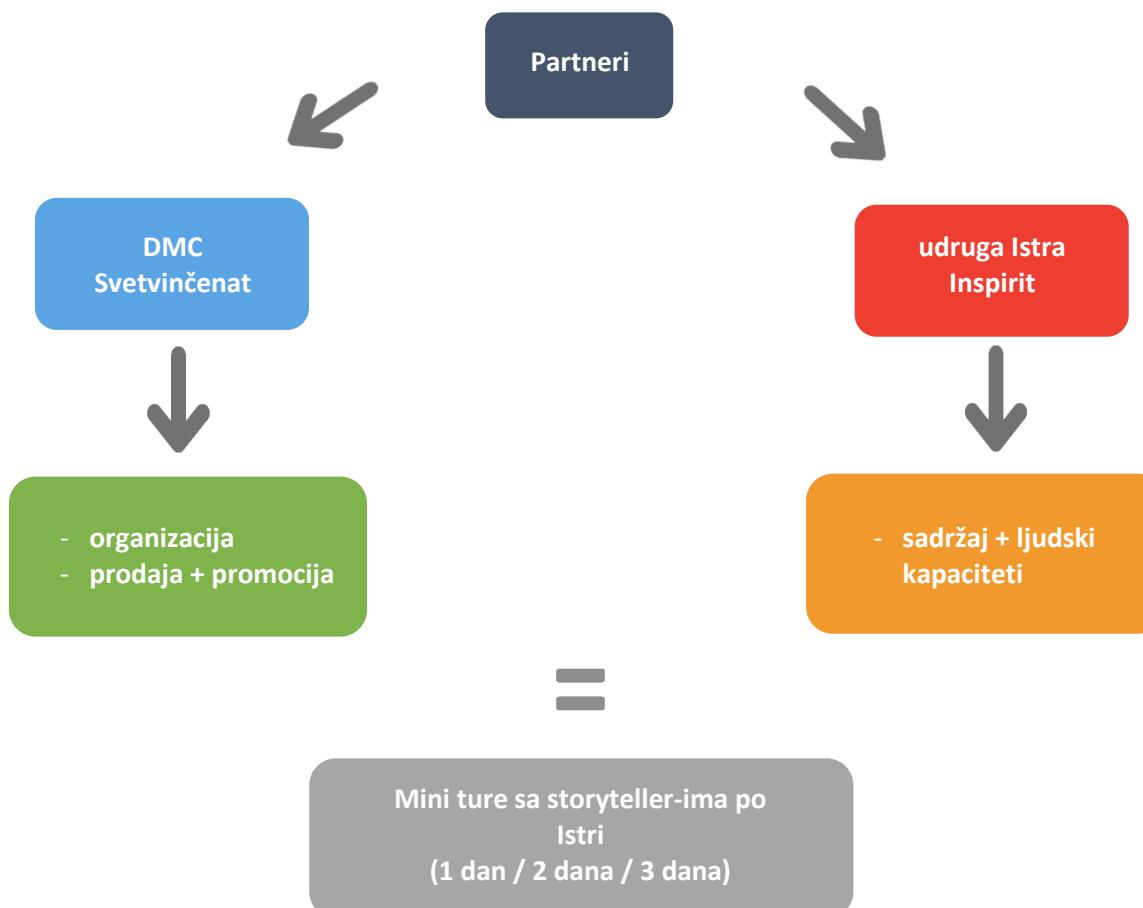
Eventualni problemi se mogu predvidjeti u području ljudskih resursa, kao i kod novoosnovanog DMC-a, s naglaskom na situaciju gdje je u IRTA-i moguće preusmjeravanje ljudskih kapaciteta s jednog projekta predstavlja potencijalnu opasnost u vidu gubitka kontinuitet ulaganja u razvoj jednog turističkog proizvoda. K tome IRTA-a bi se morala u budućnosti kod razvoja ove specifične destinacije više oslanjati na lokalne dionike (vrlo često opterećeni drugim obvezama) gdje postoji rizik neodrživosti u području upravljanja.



Slika 3. Trenutne poslovne aktivnosti Istarske razvojne turističke agencije

### 3. OPCIJA 3 – PRIJELAZNI OBLIK UPRAVLJANJA

Prijelazni oblik upravljanja kao premosnica upravljanja destinacijom u centralizirani sustav moguća je sporazumnim dogovorom između partnerskih institucija o upravljanju destinacijom. Sporazum bi se trebao osloniti na dva sada najistaknutija subjekta po potrebnim kapacitetima i iskustvom (uključenih u projekt), a radi se o DMC-u općine Svetvinčenat i Udruge Istra Inspirit. Naime pojedinačni TZ-ovi nisu u mogućnosti provesti prostorno sveobuhvatni projekt temeljen na tržišnoj projekciji isplativosti ulaganja, međutim svakako je nužno uključiti TZ u procese planiranja upravljanja destinacijom te izradi dva ključna dokumenta ( Interpretacijski plan i Poslovni plan). Ova dva subjekta mogli bi biti premosnica prema opciji 1 ili 2 i to na način da se putem Udruge Istra Inspirit osiguraju ljudski kapaciteti ( +edukacija ) za mogućnost plasiranja proizvoda koji se temelji na storytelling-u i interpretaciji manjim grupama na cijelom projektnom području (usluga uključuje prijevoz). DMC bi mogao asistirati pri prodaji proizvoda i koordinaciji promocije sa svim uključenim TZ-ovima. Ovaj prijedlog ovisi o sporazumu u kojem je potrebno definirati početno investicijsko ulaganje kojim će se osigurati kvaliteta proizvoda, raspodjelu dobiti ali i provedbu predloženog akcijskog plana.



*Slika 4. Prijelazni oblik upravljanja jednim proizvodom*

Predloženi proizvod „mini“ ture sa storyteller-ima na cijelom obuhvatnom području predložene su iz nekoliko razloga: 1. Ne zahtijevaju institucionalno zapošljavanje osoba na svim lokalitetima već na početku njihovog otvaranja (opterećenje na proračune za Dvigrad, Kući istarskih priča i legendi, Palaču Moretti i Karolininu kuću), 2. mogućnost kontroliranja cjelokupne interpretacije i doživljaja gostiju, 3.mogućnost uključivanja novih partnera, 4. jačanje destinacije povezivanjem u prostoru.

#### **4. OPCIJA 4. – neformalna koordinacija / sporazumno upravljanje**

Sporazumno upravljanje putem neformalne koordinacije partnera (radna skupina) opcija je bliska prijedlogu za prijelazno upravljanje destinacijom s razlikom da bi ovakvo upravljanje trebalo postojati za cijeli razvojni period destinacije i temelji se na sporazumu između svih partnera. U ovoj se predloženoj opciji također ne predviđa preuzimanje jednog dijela upravljanja od strane jednog ili dva partnera, već se radi o podjeli zadaća upravljana sporazumno između partnera. U tom slučaju moguće je računati na održivost ove opcije, zbog smanjenog rizika opterećenja na ljudske i finansijske resurse partnera. Prednost ovog modela svakako je odsutnost potrebe inicijalnog ulaganja budući da se koriste postojeći kapaciteti te postojanje široke mreže partnera i dionika, kao i dosadašnje iskustvo partnera u upravljanju projektima.

#### ZADAĆE UPRAVLJANJA

Naime kako zbog opsega destinacije i mogućih smjerova razvoja novog proizvoda, DMC, IRTA ili sporazumna koordinacija partnera, imali bi izrazito složenu ulogu koja ne uključuje samo upravljanje proizvodom već i druge komponente koje uvjetuju održivost destinacije<sup>50</sup>. U nastavku je predstavljen nacrt zadaća upravljanja integriranim kulturno turističkim proizvodom koji bi se trebao temeljiti na stvaranju „prostora iskustva (tj. emocija)“. Naime povezivanjem svih točaka destinacije trebalo bi biti osmišljeno jasnim Interpretacijskim planom ili narativnim planom koji će smišljeno povezati točke destinacije te pružiti novo iskustvo u vidu otkrivanja nove kulture i poistovjećivanja s razlikama ili sličnostima svakog pojedinog posjetitelja. U nastavku je skica zadaće upravljanja integriranim kulturno turističkim programom.

---

<sup>50</sup> Naime govori se o procesu gdje nije dovoljno početno ulaganje u razvoj proizvoda, već konstantna nadogradnja proizvoda uz osluškivanje potreba svakog pojedinog posjetitelja o eventualnim promjenama u preferencijama. Negativna iskustva u lancu pozitivnih se ne bi smjela dešavati, jer umanjuju pozitivno iskustvo u nekim slučajevima i poništavaju.

### POVEZUJE

- gradove, općine i TZ-ove u strateškom planiranju i donošenju odluka
- dionike za stvaranje postojećeg sadržaja
- dionike za produkciju novog sadržaja
- dobavljače i lokalne proizvođače

### INICIRA

- partnerstva radi razvoja proizvoda (kontinuirana prilagodba na potražnju)
- uključivanje drugih lokacija, općina, gradova, udruga i događaja u paket proizvoda
- na godišnjoj razini inicira izmjene i nadogradnju sadržaja destinacije te gašenje postojećih
- DMC inicira edukaciju zaposlenih osoba u lancu osiguravanja kvalitete destinacije



### UPRAVLJA

- Razvojem kulturno turističkih proizvoda
- Prihodima i rashodima
- Rizicima i kvalitetom (stalni nadzor nad interpretativnim sadržajem – ne odmicanje od teme i autentičnosti!)
- Promocijom proizvoda i prodajom
- DMC mora upravljati uspješno ljudskim kapacitetima te stimulirati njihov razvoj (naročito se odnosi na upravitelje proizvodima)

### KOORDINIRA

- Dnevno upravljanje proizvodima (turama, atrakcijama, interpretatorima, lokalnim događajima, prijevozom, interventnim situacijama)
- „posudbu“ kapaciteta (tehničkih, ljudskih) iz mreže suradnika, vlasnika i partnera
- Koordinira edukaciju svih dionika u sustavu prijenosa informacija o destinaciji, također upućuje lokalno stanovništvo u sadržaj

Uzimajući u obzir tri elementa potrebni za upravljanjem kulturne baštine, a to su; pravni okvir, institucionalni okvir i resursi<sup>51</sup>, moguće dati prednost opciji 1<sup>52</sup> i 4 pred opcijom 2.<sup>53</sup> i to isključivo radi mogućnosti brze prilagodbe i fleksibilnosti u većini aspekata upravljanja.

#### **Pravni okvir:**

Pravni okvir za upravljanje specifičnom kulturnom baštinom variraju od formaliziranih oblika koji se oslanjaju na nacionalno zakonodavstvo do lokalnih „nepisani“ i neformalnih inicijativa i pravila.<sup>54</sup> Bez obzira na budući pravni okvir budućeg upravljačkog tijela, morao bi imati slijedeću svrhu i mogućnosti, a to su: **mogućnost reguliranja** (pravila upravljanja, razvoja proizvoda, odnosa i sl.), **odobravanja** (npr. određenih troškova, formiranje poslovnog plana i dr.), **preporučivati, osiguravati** (sredstva), **sankcionirati** (sankcionirati eventualna nepoštivanja ugovor/dogovora i sl.), **ograničavati** (npr. zbog kvalitete i održivosti destinacije preporučiti ograničenje broja posjetitelja na pojedinim lokacijama i sl.). U slučaju osnivanja novog DMC preporuča se partnerski sporazum između osnivača s otvorenom mogućnošću ulaska u vlasničku strukturu i budućih partnera /dionika.

#### **Institucionalni okvir:**

Institucionalni okvir također može varirati na početku osnivanja od semi-institucionalnog oblika (centralizirano upravljanje od neke druge institucije) do hibridne nove institucije sa zajedničkim upravljanjem. Stoga postoji mogućnost postupnog prelaska iz forme upravljanja 4. tj. koordinacija partnera u centralizirani oblik upravljanja kao što je novi DMC ili sl. Ono što bi novi oblik upravljanja svakako trebao poštivati unutar svog institucionalnog okvira je slijedeće: trebao bi biti **transparentan u vidu donošenja odluka, podržan od strane lokalnih udruga, u dobroj komunikaciji s lokalnih samoupravama**<sup>55</sup>, potrebno je imati na početku svog djelovanja **identificirane vrijednosti** kojima se vodi tijekom svog djelovanja. Institucionalno formalno upravljanje temelji se na **planu upravljanja** unutar kojeg se definiraju parametri opsega djelovanja, očekivane efikasnosti, te načini privlačenja resursa i dr.

#### **Resursi:**

Baza operativnih kapaciteta su upravo resursi: **ljudski, finansijski i intelektualni**. Stoga je uloga bilo kojeg upravljačkog oblika kvalitetno upravljanje upravo tom bazom, balansirajući između internih i eksternih resursa.

---

<sup>51</sup> UNESCO, str. 64

<sup>52</sup> Osnivanje jedinstvenog DMC isključivo za destinaciju temeljenu na interpretaciji i doživljaju Istre kroz mitove i priče.

<sup>53</sup> IRTA kao DMC koji upravlja sa više proizvoda, a samo jedan od njih je taj koji se odnosi na „mističnu“ Istru.

<sup>54</sup> UNESCO, str. 65

<sup>55</sup> UNESCO, str. 73.

#### 4.4 Opcije interpretacijskih proizvoda

*Efektivna interpretacija je kreativan strateški proces koji stvara emocionalne i intelektualne veze između posjetitelja i izvora (predmeta) interpretacije, puštajući pritom posjetitelja da stvara vlastite zaključke vezane uz izvor interpretacije, uživajući i cijeneći ga.<sup>56</sup>*

Interpretacija prostora je zapravo odabir načina komunikacije s posjetiteljima tog prostora. K tome treba znati da je interpretacija kulturne, prirodne, materijalne ili nematerijalne baštine usmjerenja posjetiteljima koji nisu „dužni“ slušati, čuti ili naučiti. U takvim okolnostima važna je odluka što želimo prenijeti kao informaciju, na koji način i točno kada. Naime pristup komunikaciji kroz „interpretativni“ pristup sastoji se od nekoliko kvaliteta:

1. Interpretacija ima TEMU
2. Interpretacija je ORGANIZIRANA
3. Interpretacija je RELEVANTNA
4. U interpretaciji se UŽIVA.<sup>57</sup>

Destinacija o kojoj govorimo naizgled ima svoju temu; **Priče i mitovi središnje Istre**, međutim u interpretativnom smislu to je samo „naslov“, tema se izražava u vidu cijele rečenice i zapravo se iskazuje kao zaključak, npr. „*Priče, legende i mitovi Istre nisu prošlost Istre, one su žive i danas, žive u svima nama*“ ili slično. Naime tema je stoga zaključak koji pokušava obuhvatiti cijelu ideju (destinacije) od kojeg se grade sve ostale podteme. Važno je napomenuti da tema nije slogan, tema destinacije je temelj za interpretaciju svega u prostoru. Upravo stoga svi partneri projekta KulTourSpirit imaju itekako ključno mjesto u budućoj destinaciji, jer ovako širokom temom moguće obuhvatiti specifičnost svakog lokaliteta. Za početak je dovoljno zaključiti da tema nije razrađena te da je kao prvi korak nužno krenuti u izgradnju krovnog interpretacijskog plana za cijelu destinaciju.

Pritom će biti potrebno uložiti truda u organiziranu interpretaciju i to ne na način da ona bude lagana za razumijevanje i ugodna za doživjet, drugim riječima potrebno je obratiti pozornost na količinu informacija koja se interpretira i njenu strukturiranost (vidi prijedlog strukture str. 56). Ostale kvalitete kao što su relevantnost odnosi se na „smislenost“ onoga što prenosimo kao informaciju tj. da je spojivo s nečim već poznatim kod posjetitelja (proces povezivanja znanja). Relevantnost interpretacije odnosi se i na aspekt „osobnog“ tj. povezivanje informacije sa univerzalnim konceptima (ljutnja, bol, užitak, pobeda, misterij)<sup>58</sup>. Zadnji korak u definiranju kvalitetne interpretacije je svakako onaj koji se tiče interpretacije kao užitka i odnosi se na načine interpretiranja. Naime svakako bi za ovu destinaciju bilo neočekivano koristiti temu legendi i prirodnih znanosti u istom kontekstu, međutim upravo takav pristup danas postiže efekt interesa kod posjetitelj.

Kao manji zaključak potrebno je naglasiti da destinacija koja će se temeljiti na specifičnoj temi, sa lokalitetima i širokom tematikom raznih povijesnih perioda mora se osloniti na kvalitetan, jezgrovit interpretacijski plan kao ishodišnu točku svih radnji vezanih uz razvoj destinacije.

Tablica s interpretacijskim proizvodima ujedno je i podloga za marketinški plan tj. predstavlja listu mogućnosti, međutim pri odabiru opcije potrebno je uzeti u obzir trenutne preferencije (s prognozom

<sup>56</sup> Sam Ham and Jorge Morales, A que interpretation referimos, Boletin de Interpretacion, br. 19, str 4-7, Asociacion para la Interpretation del Patrimonio, 2008.

<sup>57</sup>Sam H. Ham, „Interpretation: Making a Difference on Purpose“, Fulcrum Publishing, 2013, str. 15

<sup>58</sup> Sam H. Ham, „Interpretation: Making a Difference on Purpose“, Fulcrum Publishing, 2013, str. 15

za buduće preferencije) korisnika tih proizvoda/infrastrukture.<sup>59</sup> Naima analiza posjetitelja koja je napravljena tijekom ovog procesa temelji se na malo broju anketiranih gostiju u post-sezoni (30) te intervjuima predstavnika TZ-a, stoga se analiza treba ponoviti prije izrade Interpretacijskog plana radi detaljnijeg uvida u navike i želje gostiju. Trenutna analiza ukazuje na to da posjetiteljima nedostaje, te da preferiraju, **klasičnu interpretaciju i komunikaciju s naglaskom na kontakt s lokalnim stanovništvom**, kako kroz vodiča i interpretatora, tako i kroz susretanje s lokalnim stanovništvom tijekom njihovog boravka u Istri.<sup>60</sup> Manjina je ukazala na spremnost korištenja digitalnih rješenja u tumačenju i prijenosu informacija o Istri. S druge pak strane radionica s dionicima pokazale je, da oni koji trebaju razvijati destinaciju (lokalni dionici), su **otvoreniji za digitalna rješenja interpretacije kulturne baštine.**<sup>61</sup> Za održivost turizma središnje Istre, potrebno je uzeti u obzir i jednu i drugu stranu. Naime suvremenost interpretacije podiže i atraktivnost destinacije, naročito za mlađe posjetitelje te je ne treba izostaviti, kao ni pretjerano koristiti prije svega radi troškova održavanja. U nastavku su moguće kombinacije različitih proizvoda poštujući pritom „prvenstvo“ implementacije kao temelj uspješne interpretacije prostora (cjelokupnog, predmet projekta KulTourSpirit).

---

<sup>59</sup> Više o analizi posjetitelja, „kupaca“ u djelu Marketinški plan.

<sup>60</sup> Potrebno je uzeti u obzir da je uzorak analize posjetitelja bio mali, te da će tijekom izrade Interpretacijskog plana biti potrebno napraviti detaljne ankete mišljenja posjetitelja tijekom cijele godine.

<sup>61</sup> Upravljačka struktura ove destinacije morat će na godišnjoj bazi provoditi analize vezane uz zadovoljstvo posjetitelja i pružatelja usluga, testiranja putem fokus grupe novih proizvoda i sl., kao preduvjet održivosti destinacije, stalno imajući fokus na interes (svih) i promjene vezano uz isto.

Tablica 12. Vrste proizvoda / infrastrukture i potrebne aktivnosti za ostvarenje

1. Vrsta proizvoda / infrastrukture	2. Opis alata/ infrastrukture	3. Nužnost implementacije za održivost	4. Potrebne aktivnosti za ostvarenje
 Vizualni identitet	Vizualni identitet trebao bi biti temelj za sve radnje vezano uz razvoj proizvoda, prodaje istih te promociju destinacije. Nužno je da svi uključeni u razvoj destinacije, dijelom preuzmu krovni vizualni identitet na lokalitetima vezanim uz njihovo područje.	Obvezno / prije promocije destinacije	<p>Trenutno se unutar KulTourSpirit projekta razvija vizualni identitet „istarska koza storyteller“ koji bi mogu usvojiti svi lokaliteti, kao središnji lik/identitet koji identificira proizvode vezane uz krovnu temu.</p> <p>Prilagoditi za nove i trenutno postojeće proizvode.</p>
 Interpretacijske ploče/panoi i putokazi	Osnovni alat kojem svakako treba pridati najviše pažnje u gradnji destinacije. Naime, za razliku od drugih alata ovaj interpretacijski alat je stalno prisutan interpretacijski element u prostoru, te table treba dobro osmisiliti vizualno i sadržajno. Njima se koriste sve posjetiteljske skupine te mogu postati iznimno korisne u usmjeravanju posjetitelja na druge lokacije. Unutar Marketinške i komunikacijske strategije definiran je rezvizit (knjiga – otvarajuća scenografija) koja ima potencijal postati interpretacijski alat koji spada u ovu kategoriju te koji je prikladan za implementaciju na svim lokacijama pa i u slučaju širenja destinacije.	Obvezno / prije promocije destinacije	<ol style="list-style-type: none"> <li>Definirati Interpretacijskim planom broj i sadržaj interpretacijskih ploči</li> <li>Izvedbenim rješenjem definirati izgled i izvedbu interpretacijskih ploča</li> <li>Osigurati financiranje za interpretacijske ploče</li> </ol>
 Interpretacijske brošure	Alat koji nije nužan na lokacijama, ali je poželjan za promociju same destinacije i eventualnih proizvoda u TZ-ovima, hotelima, smještajnim jedinicama.	Opcionalno / kao dio promocije destinacije	

 Web	Osnovni alat za prijenos osnovnih informacija o destinaciji s opcijom bookinga eventualnih tura (grupa i individualnih posjetitelja)	Obvezno / s mogućnošću nadogradnje sa razvojem destinacije	Web stranica se može pokrenuti već kao „teaser“ tj. najava onog što će se dešavati. Uz to potrebno je pokrenuti društvene mreže s lansiranjem manjih videoklipova s interpretacijom pojedinih dijelova destinacije od strane školovanih interpretatora/storyteller-a.
 Mobilne aplikacije	Interpretacijski alat koji se može i ne mora implementirati u destinaciju, međutim u slučaju implementacije važno je naglasiti da je odluku potrebno donijeti prije definiranja interpretacijskih panoa/ploča, kako bi se informacija o postojanju aplikacije mogla naći i na tablama.	Opcionalno	U skladu s Interpretacijskim planom osmisliti tekstove / kvizove ili igre koje će mobilnu aplikaciju činiti privlačnjom kako za posjetitelje tako za eventualne sponzore/kupce reklamnog prostora (reklame za smještaj, ugostitelje i sl.)  Osigurati dostupnost interneta na svim lokacijama.
 Ture s interpretatorima / storyteller-i	Proizvod za direktnu prodaju, stoga obvezan za održivost destinacije. Radi se o turama sa storyteller-ima na svim lokacijama partnera projekta KulTourSpirit, kako je i zamišljeno tijekom radionice sa dionicima. Naime ovaj proizvod možemo ocijeniti zahtjevnih iz organizacijskog aspekta i početnog ulaganja (vozilo), međutim u slučaju dobre promocije/prodaje osigurat će nadogradnju i razvoj destinacije	Opcionalno / ali potrebno za održivost destinacije	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definirati Interpretacijski plan</li> <li>2. Dodatno razviti scenarije na storytellere</li> <li>3. Edukacije osoba koji će biti intepretatori / storytelleri</li> <li>4. Kupnja vozila</li> <li>5. Nabava opreme / kostimi storytellera</li> </ol>
 Interpretatori "in situ"	Ovaj korak teško je izvediv na samom početku razvoja destinacije zbog početnih ulaganja u financiranje plaća zaposlenih, k tome bi isti trebali biti dostupni na lokacijama cijelu godinu što predstavlja izazov u osiguravanju osnovnih uvjeta za rad na pojedinim lokacijama. Ovaj proizvod se	Opcionalno/ osigurati kroz razvoj destinacije.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definirati Interpretacijski plan</li> <li>2. Educirati osobe za interpretaciju sadržaja za svaki pojedini lokalitet, ali i ukupnu destinaciju.</li> <li>3. Osigurati osnovne uvjete za rad</li> <li>4. Osigurati kroz realni poslovni plan primanja za zaposlene na lokacijama (drugim riječima potrebno, gdje je moguće uvesti naplatu ulaznice).</li> </ol>

	predlaže razviti tek nakon dobrog pozicioniranja destinacije.		
	Kroz projekt KlutTourSpirit osigurat će se izrada dokumentacije za Interpretacijski centar „Kuća istarskih priča i legendi“ u pazinskom Kaštelu, dok se kroz Master plan istarskog turizma spominje zabavni park također u blizini Pazina na istu tematiku „Inspirirt Fantasy park“. Jednako tako Plaća Moretti i Karolinina kuća u Buzetu iako se ne naslanjaju direktno na temu, nužan su nov sadržaj za širenje interpretacijskog okvira sa priča i legendi na stvarni život i tradiciju prvenstvo grada. U planu su obnove nekoliko kaštela, stoga se lepeza mogućih lokaliteta uključivih u destinaciju širi.	Osigurati s razvojem destinacije	Bilo bi potrebno već tijekom interpretacijskog plana predvidjeti manje scenarije za sve potencijalne lokalitete, ne samo postojeće. Te naglasiti kako i kada se ostali alati i proizvodi prilagođavaju kada se uključuje novi lokalitet/priča/legenda.
	Programi prilagođeni djeci, mladima, umirovljenicima, znanstvenicima, obiteljima, osobama s invaliditetom u vidu interpretacijskih paketa moguće je kombinirati sa drugim atrakcijama vezanim uz prirodnu baštinu te aktivni odmor.	Osigurati tijekom razvoja destinacije	Definirati partnerske organizacije za razvoj kombiniranih proizvoda.
	U ovu kategoriju spadaju svakako događaji koje je organizirala IstraInSpirit , zatim događaja poput Srednjovjekovnog festivala koji se održava u Svetvinčentu. Uprizorenje, predstave i posebne večeri umjetničkog sadržaja i sl. U skladu s temom moguće su noćni događaji povezani s prirodnom baštinom.	I dalje razvijati	Jače promovirati tek nakon uspostave obveznih alata, ovi događaji trebat će biti nadogradnja destinacije. Potrebno je osigurati proces prihvaćanja ili poistovjećivanja s temom destinacije od strane lokalnih samouprava/stanovništva kako bi se dobila stalna i kvalitetna podrška za razvoj poduzetništva u kulturi.

 Igre / mozgalice	<p>Igre / escape rooms/ mozgalice / popularni su element u interpretaciji prostora te se mogu integrirati kao stalni ili povremeni proizvod. U slučaju da postaju stalni tada je na lokacija potrebno osigurati osobe koji će se brinuti da organizacijski postoje svi potrebnii elementi za dovršenjem zadaće iz igre. U slučaju da je povremeni proizvod onda je svakako bitno odrediti ciljanu skupinu i prodaju istoga kao dio paketa za doživljaj destinacije.</p>	Obvezno/ tijekom razvoja destinacije	<p>Unutar Interpretacijskog plana moguće je razviti 2-3 glavne ideje za igre (escape rooms) koje mogu biti prilagođene za uzrast po težini zadatka. U konačnici potrebno je definirati izazov kao poseban vikend ili tjedan aranžman za posebno ciljane goste.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definirati u Interpretacijskom planu scenarij za igre</li> <li>2. Definirati potrebne tehničke uvjete</li> <li>3. Osigurati sredstva za financiranje</li> <li>4. Prodaja i provedba</li> </ol>
 „Selfie“ <sup>62</sup> točke	<p>Tijekom radionice sa dionicima u sklopu izrade ovog dokumenta „selfie“ točke definirane su kao proizvod destinacije. Naime ovo ne bi bio proizvod koji bi trebao imati naplatu već alat u marketingu destinacije s time da bi bilo potrebno vještto pripaziti na autentičnost ili pak ići u krajnju imaginaciju „selfie“ točke (zmaj u pozadini ili sl.)</p>	Opcionalno/ Tijekom razvoja destinacije ali preporuka je razviti mrežu „selfie“ točaka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definirati mrežu selfie točaka</li> <li>2. Uskladiti s interpretacijom prostora</li> <li>3. Idejna i izvedbena rješenja ukoliko će biti nadogradnje postojeće vizure</li> <li>4. Osiguranje finansijskih sredstva za izradu i održavanje</li> <li>5. Promocija.</li> </ol>
 Virutal reality / high tech interpretativna rješenja	<p>Interpretacija putem atraktivnih high tech rješenja danas je sve prisutnija u posjetiteljskim centrima/muzejima u RH. Međutim na razini Europske unije sve više se ulaže u kvalitetni interpretacijsko-edukativni plan te se tehnološka rješenja ostavljaju za izgradnju atraktivnosti destinacije. Primjena visoko sofisticirane tehnologije preporuča se u slučaju definirane finansijske konstrukcije za prostore gdje će se primjenjivati te opravdanost ulaganja nasuprot očekivane koristi.</p>	Opcionalno	<p>Definirati za svaki predmet ulaganja kroz projekte uređenja interijera te na razini destinacije u fazi visokog razvoja destinacije na temelju Interpretacijskog plana.</p>

<sup>62</sup> Vlastoručno snimljen autoportret mobilnim aparatom/fotoaparatom.

Navedene mogućnosti nisu iscrpni primjeri, već samo osnova proizvoda koja se dijelom treba ostvariti unutar prve tri godine funkcioniranja destinacije (integriranog kulturno turističkog programa). Taktički bi, nakon uspostave operativnih i upravljačkih kapaciteta te proizvoda destinacije, kroz marketinšku strategiju trebalo planirati postupno uvođenje novih proizvoda. Uz gore navedenu tablicu slijedi preporučena osnova interpretacijskog plana te valorizacija mogućeg sadržaja kroz istu. Tablica u nastavku se može koristiti u slučaju širenja integriranog kulturno turističkog programa.

Tablica 13. Primjer osnovne podjela interpretacijske krovne teme na sekundarne teme te prikaz mogućnosti horizontalnog povezivanja

Osnovna podjela interpretacijske krovne teme na sekundarne teme	Kanfanar/Dvigrada	Svetvinčenat	Pazin i okolica	Buzet i okolica	UNIVERZALNI KONCEPTI (potrebno kroz interpretacijski plan uvesti neke od ovih koncepata)	
Nadnaravno (sekundarna)	Štrige, štriguni, krsnici, orke (mrak), malik, divovi, Duhovina, More, te pripadajuća ikonografija	<ul style="list-style-type: none"> <li>Legenda o nastanku Dvigrada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vukodlaci</li> <li>Roverije vampiri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kuća istarskih priča i legendi</b></li> <li>Legenda o nastanku pazinske jame (Ban Dragonja)</li> </ul>	<p>Napomena: postoji sadržaj koji se može nadovezati na temu(nadnaravno)<sup>63</sup>, međutim potrebno dodatno razmotriti zbog trenutno drugačije interpretacijske teme prisutne u Buzetu</p>	MISTERIJ, SNAGA, ŽALOST, SPIRITALNOST, PREŽIVLJAVANJE, NESIGURNOST
Legende (sekundarna)		<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuga</li> <li>Morganovo blago (ali s naglaskom na povijesnu neautentičnost)</li> <li>Jama Kanfanarštine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vještica Mare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Legende vezane uz povijest Kaštela, Pazinsku jamu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Legenda o zakopanom blagu u Marčenigli</li> </ul>	SLABOST, BORBA, MUDROST, LJUTNJA, INTEGRITET, STRAH, LJUBAV

<sup>63</sup> Vidi dio 2.4. Kulturni kontekst i sadržaj

<b>Povijesne priče i običaji (sekundarna - optionalno)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspon i pad Dvigrada</li> <li>• Kuga (ponovo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Morosini Grimani</li> <li>• Konjički turnir</li> <li>• Uprizorenje – gradska loža (svjetovno društvo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povijesno utemeljen priče vezane uz Kaštel i Pazinsku jamu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Katarinina kuća</li> <li>• Palača Moretti</li> </ul>	PATRIOTIZAM, POBJEDA, SUKOB
<b>Poveznice izvan tri podteme:</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maklavun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šiplja "Festinsko kraljevstvo"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veli Jože</li> <li>• Jura Grande vampire</li> <li>• Beram</li> <li>• Bune kmetova<sup>64</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hum, Roč (glagoljica)</li> </ul>	

#### Problematika u interpretaciji krovne teme

Mitologija koja se odnosi na „fantastična“ bića iz narodne predaje poput štriga, štriguna, krsnika, orka, mora, malika ili divova vrlo često nije vezana uz specifično mjesto središnje Istre, već je zajednička narodnoj predaji cijelog područja, dok s druge strane postoje legende i priče vezane uz specifično mjesto. Upravo ova „dislociranost“ sekundarnih tema, gdje jedna nema uporište u prostoru ili stvarnom vremenu (povijesti) predstavlja izazov u strukturi predstavljanje tema i to najviše u prostoru, drugim riječima interpretacijskim pločama ili pričama „in situ“. (ne predstavlja problem u slučaju promotivnih materijala ili tiskanim/digitalnim materijalima).

Bilo bi poželjno strukturu predstaviti na jednom mjestu kao ishodištu informacija i aktivnosti (turističkih proizvoda) koje će umrežiti sve druge dionike. Kuća istarskih priča i legendi u Pazinu (Kaštel) svakako je dobra ishodišna točka za interpretaciju cijele destinacije i mreže priča vezanih uz iste. Predloženi konzervatorski elaborat, kao predmet zahvata među ostalim navodi multimedijalni prostor od 121 m<sup>2</sup> koji je dovoljan za prijenos interpretacije krovne teme, uz uvjet da se prati struktura koja će finalno biti predložena Interpretacijskim planom i koja će se replicirati na sve druge alate. U nastavku je prijedlog strukture koja je rezultat procesa valorizacije spomenutog prostora i kulturne baštine prostora predviđenog za interpretaciju u multimedijalnom centru - Kući istarskih priča i legendi i shodno tome struktura interpretacije u prostoru.

<sup>64</sup> „Bune kmetova“ smatraju se univerzalnom temom srednjeg vijeka. Međutim u kontekstu ove krovne teme Bune kmetova se mogu iskoristiti kao okvir šire ikonografije srednjeg vijeka (i kasnijeg perioda).

Struktura interpretacije u multimedijalnom centru

**Sekundarna tema 3:**  
Narodni običaji i povijest



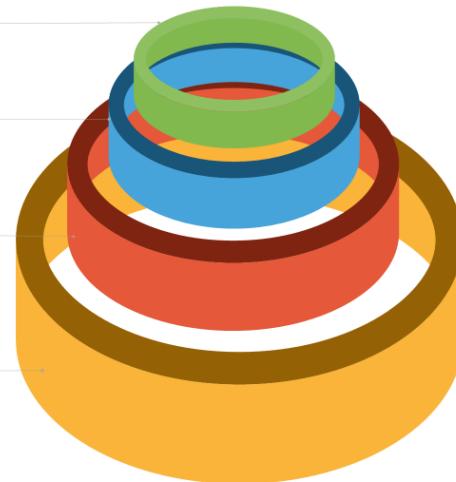
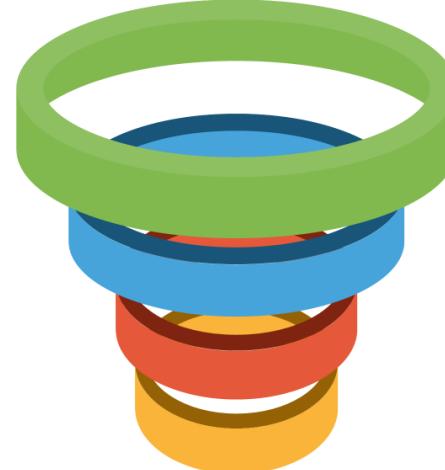
**Sekundarna tema 2:**  
Legende



**Sekundarna tema 1:**  
Nadnaravno /fantastično



**Krovna tema:** „Mitovi,  
legende Istre nisu prošlost Istre, oni  
žive i danas, žive u svima nama“

Struktura interpretacije u prostoru (sve izvan  
Centra, od Buzeta do Kanfanara i budućih  
partnera)

Drugim riječima, u multimedijalnom centru Kuća istarskih priča i legendi potrebno je opširnije interpretirati krovnu temu te je povezati sa univerzalnim konceptima, zatim značajno interpretirati sekundarnu temu 1 (nadnaravno) u odnos na druge dvije (legende + narodni običaji i povijest), budući da je jedino prikladno mjesto za cjelovitu interpretaciju upravo multimedijalni centar. Centar tako sekundarne teme 2 i 3 treba koristiti kao poluge za usmjeravanje posjetitelja na obilazak drugih mjesta i konzumiranje drugih proizvoda.

S druge pak strane „na terenu“ je potrebno interpretirati priče vezane uz sam prostor, međutim svaka bi trebala biti isprepletena najmanje sa još jednom temom. Drugim riječima u slučaju predstavljanja Dvigrada, potrebno je unijeti u interpretacijske alate i „likove“ iz sekundarne teme 1 i univerzalne koncepte iz krovne teme. U prilogu 2. navedeni su primjeri povezivanja koji se temelje na predloženoj strukturi. Uz primjere povezivanja predstavljena je i mogućnost interpretacije prema zadanoj strukturi za dvije teme: divovi (sekundarna tema 1: nadnaravno) te kuga (sekundarna tema 3: narodni običaji i povijest) uz naznake mogućih povezivanja u prostoru.

## 5 Akcijski plan

Akcijski plan odnosi se na provedbu mjera nužnih za pokretanje integriranog kulturno turističkog programa temeljenog na pričama i legendama središnje Istre. Akcijski plan nije određen strateškim okvirom gdje je definirana vizija i ciljevi buduće destinacije već samo opcijama upravljanja. Stoga je akcijski plan primjenjiv i u slučaju promjena kod opcija upravljanja, međutim neće biti primjenjiv u slučaju potpunog zaokreta vizije, tj. odustajanja od centralne teme destinacije (priče i legende). Plan je napravljen kao osnovni alat upravljanja budućom destinacijom i oslanja se na razvoj gore spomenutih interpretacijskih alata primjenjivih u definiranom prostoru destinacije (Pazin, Buzet, Kanfanar, Svetvinčena).

Tablica 14. Akcijski plan

Aktivnosti / projekt	Opis	Razdoblje provedbe	Nositelj	Troškovi	Izvor financiranja	Pokazatelji
 <b>1. Izrada Krovnog interpretacijskog plana</b>	<p>Interpretacijski plan početni je korak razvoj destinacije koja se temelji na interpretacije kulturne/povijesne/nematerijalne ili materijalne baštine. Interpretacijski plan osim što definira 4 aspekta interpretacije (temu, organizaciju, relevantnost i kvalitetu interpretacije), postavlja detaljne smjernice za izvedbene projekte interpretacijskih alata ili prostora.</p>	<p>Predradnja svim aktivnostima vezanim uz početak upravljanja i promocije integriranog kulturno turističkog programa.</p>	<p>Istarska županija / i-ili / osnivači novog DMC-a</p>	<p>350.000 – 470.000 kn</p>	<p>Strukturni fondovi Prekogranični programi Osnivači DMC</p>	<p>Definiran Interpretacijski plan s točkama interpretacije postojećih lokacija pretočene u smislene celine (tematske /prostorne ili slične) te razvijen sadržaj za interpretiranje. Predložene nove točke interpretacije. Predložene podloge za tekstove interpretacijskih ploča.</p>

	<b>2. Identificirati vizualni identitet destinacije / integriranog kulturno turističkog programa</b>	Potencijalno koristiti već definiran unutar aktivnosti KulTourSpirit projekta - brand Istra Inspirit ili „koze storytellera“ identitet razvijen unutar KulTourSpirit projekta.	/	/	/	/	Definiran vizualni identitet primjenjiv za sve lokalitete (partneri projekta KulTourSpirit)
	<b>3. Izraditi idejno-izvedbeno rješenje za sustav putokaza i interpretacijskih tabli</b>	Temeljem Interpretacijskog plana, uključujući vizualni krovni identitet razviti rješenja interpretacijskih alata (ploča i/ili putokaza) uz suglasnost postavljanja istih na svim točkama definiranim u Interpretacijskom planu. Suglasnost je potrebno dobiti od lokalnih zajednica / upravitelja cesta (državnih ili lokalnih) / vlasnika zemljišta i sl.	U periodu od 6 mjeseci nakon definiranja Interpretacijskog plana	Formalni oblik upravljanja ili sporazumno svi partneri	(ovisno o broju interpretacijskih ploči) 120.000 – 400.000 kn	Strukturni fondovi  Projekti prekogranične suradnje  Osnivački DMC	Idejno - izvedbeno rješenje.  <b>NAPOMENA: najveći izazov kod izrade ovakvih rješenja jest definiranje i odobravanje tekstova koji će biti dio interpretacijskih ploča. Često se ugovara kao zasebna usluga.</b>
	<b>4. Financiranje izrade interpretacijskih alata (osnovni)</b>	U slučaju dobivanja svih ili većine suglasnosti za postavljanje interpretacijskih ploča/putokaza potrebno je u skladu s izvedbenih rješenjem izraditi i postaviti ploče, s napomenom da je potrebno osigurati sredstva za popravak i održavanje istih (svake godine).	Najkasnije 1 godinu nakon definiranog Interpretacijskog plana.	Formalni oblik upravljanja ili sporazumno svi partneri	(ovisno o broju interpretacijskih ploči) 260.000 – 600.000 kn	Strukturni fondovi  Projekti prekogranične suradnje  Osnivački DMC	

 <p><b>5. Edukacija interpretatora / „storyteller“-a</b></p>	<p>Ova aktivnost može započeti čim se definira Interpretacijski plan. Naime za aktiviranje proizvoda koji se temelji na posjeti lokacijama uz interpretatore /storytellere nije nužno imati osiguranu infrastrukturu u vidu interpretacijskih ploča ili drugih oblika alata. Čak nije nužno imati vizualni identitet, iako bi bilo dobro koristiti ga od samog početka djelovanja DMC na razvoju i promociji destinacije.</p> <p>Aktivnost sadrži nekoliko faza: definiranja sadržaja edukacije i razvoj edukacijskih materijala / zapošljavanje interpretatora.</p>	<p>3 mjeseca (izazov jer se radi o edukaciji koja treba prethoditi stavljanju tog proizvoda na tržiste, rješenje je da se period edukacije eventualno skrati intenzivnim tečajem odmah po zapošljavanju i kontinuirano nadograđuje / prodaja treba prethoditi edukaciji, kako bi se povoljan priljev sredstava.</p>	<p>Istra Inspirit ili definirani oblik upravljanja</p>	<p>Edukacija po osobi od certificiranih trenera (Interpret Europe) do 1600€ + edukacije o sadržaju.</p>	<p>Početni kapital DMC / sponzorstva</p>	<p>Educirano najmanje 3 interpretatora u prvoj godini prodaje proizvoda.</p>
 <p><b>6. Promocija i prodaja</b></p>	<p>Više u djelu Marketinški plan. Važno napomenuti da početna sredstva za promociju ili prodaju ne trebaju biti visoka. Promocija se može usmjeriti samo na Internet promociju, kao i prodaja koja može na početku biti samo on-line booking uz direktnu prodaju preko smještajnih jedinica.</p>	<p>Prije definiranja Interpretacijskog plana može započeti promocija.</p>	<p>Formalni oblik upravljanja ii sporazumno jedan od partnera</p>	<p>/</p>	<p>Početni kapital DMC</p>	<p>Booking online zauzima preko 40% prodaje</p>

	<b>7. Definiranje poslovnog plana</b>	Poslovni plan je početna točka definiranja poslovne politike, s jasnim prognozama prihoda i rashoda te planom zapošljavanja.	Nakon definiranog Interpretacijskog plana i strateške odluke o odabiru proizvoda i redoslijedu ulaganja.	Prije osnivanja formalnog oblika upravljanja	20.000,00 – 50.000,00 kn	Osnivači	
	<b>8. Promocija destinacije kod turističkih agencija i turističkih vodiča</b>	Održivost destinacije temelji se na uspješnoj promociji, stoga je predviđena aktivnost direktne promocije svih proizvoda turističkim „in coming“ agencijama te turističkim vodičima. Aktivnost se odnosi na organizaciju propuštanja predstavnika agencija i vodiča sa storytellerima po svim lokacijama projekta te predstavljanja proizvoda destinacije.	Nakon otvaranja svih lokacija predmeta ulaganja u projektu.	Sporazumno svi partneri.	30.000,00 – 70.000,00 kn	Projekti	Najmanje 30 osoba (predstavnika agencija i vodiča) obuhvaćeno ovom aktivnošću.

## 6 Marketinški plan

*„Marketing je dio investicijskog procesa i povrat u njegovo ulaganje mora biti jasno definiran. Ovlašavanje je samo jedan dio marketinga koji može biti zastavljen u većoj ili manjoj mjeri. Primjerice, ako imate izvrstan odnos s medijima, manje ulažete u oglašavanje, a dobivate na vidljivosti u medijskom prostoru. Ako želimo osmisliti novi proizvod ili uslugu, moramo napraviti tržišno istraživanje, moramo stvoriti potrebu za tim proizvodom i moramo jasno komunicirati koje želite naših kupaca zadovoljavamo tim proizvodom ili uslugom. Ako radite i najkvalitetniji proizvod na tržištu, a o njemu nitko ništa ne zna, puno dulje će vam trebati za tržišno pozicioniranje“*

Jutt Ferlan

Marketing u turizmu ključan je za postizanje vidljivosti kompetitivnih vrijednosti destinacije te svakako predstavlja alat za održivost destinacije i ulaganja u nju. Marketing kao ulaganje u turizam često znači značajan utjecaj na lepezu grana u gospodarstvu, od manjih obrtnika (majstori, tiskare) do ugostitelja i proizvođača suvenira i dr. **Međutim ono što hrvatska iskustva ukazuju jest da na takve scenarije treba biti spremni i na vrijeme odgovoriti na potražnju** i to sa novim kapacitetima u vidu smještaja, ugostiteljstva, specifičnih zanimanja, posjetiteljskim „atrakcijama“, dinamičnim kulturnim programima i to sve značajnih kvaliteta.

Ovo poglavlje dalje osnovne smjernice za početak marketinga i promocije integriranog razvojnog programa partnera projekta KulTourSpirit kao turističke destinacije. Poglavlje temeljem kraće analize postojećih resursa predstavlja opcije marketinškog plana te marketinški miks kao prijedlog na ponuđene opcije.

### 6.1 Turistički trendovi u ponudi turističkog proizvoda/usluge

Kako bismo mogli definirati jasniju strategiju poslovanja i tržišnog pozicioniranja integriranog kulturno turističkog programa projekta KulTourSpirit potrebno je analizirati suvremene i očekivane kvantitativne i kvalitativne trendove u turizmu na koje utječu turbulentne društvene, ekonomski, političke, sociološke, ekološke i tehnološke promjene u širem globalnom okruženju.

Prema podacima Svjetske turističke organizacije, međunarodni se turistički promet od 50-ih godina prošlog stoljeća do danas povećao s 25 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka na više od milijardu u 2013. godini (rekordnih 1087 milijuna dolazaka). Unatoč gospodarskim krizama, terorizmu i epidemijama koje pogađaju suvremeno društvo, turizam bilježi stalne stope rasta pa je tako 2013. godine broj turističkih dolazaka porastao za 5 % u odnosu na prethodnu godinu. Svjetski stručnjaci i dalje predviđaju kontinuirani rast turističkih dolazaka prosječno po 3,3 % za razdoblje 2010. - 2030. Ekonomski krize ne smanjuju potrebu i želju ljudi za putovanjima, već utječu na strukturu tih putovanja pa se očekuju putovanja u bliže destinacije, rast putovanja priateljima i rođacima te relativno stabilna putovanja motivirana specijalnim interesima.

Kad je riječ o Hrvatskoj, prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2015. godini ostvareno je ukupno 71,6 milijuna noćenja i 14,3 milijuna turističkih dolazaka u komercijalnim smještajnim kapacitetima. Strategija razvoja turizma HR predviđa da će se do 2020. godine ostvariti ukupno 86 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima što je 43 % više nego u npr. 2011. godini. Dugoročnja prognoza do 2025. godine, uz uvjete stabilnog rasta međunarodne potražnje, predviđa 107 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima.<sup>65</sup>

Iako kvantitativni trendovi ukazuju na stabilan rast te sva predviđanja govore o dalnjem rastu potražnje turističkog tržišta, važno je sagledati i promjene koje se događaju na kvalitativnom području, odnosno one koje govore o promjeni svijesti potrošača, njihovim navikama, potrebama i preferencijama. Te su promjene posljedica brojnih drugih kretanja koje obilježavaju suvremeno društvo, od ekonomije, tehnologije, ekologije do politike i drugog, a upravo su to pokretači promjena te faktori konkurentnosti turističkog sektora.

Kada gledamo *političko okruženje* vidljivo je kako su regionalni konflikti diljem svijeta snažno utjecali na turističko tržište. To prvenstveno znači da se svijest turista mijenja te pri odabiru destinacije, prijevoznog sredstva, izbora smještaja današnji turisti na prvo mjesto stavljuju sigurnost. Iz tog je razloga **od iznimne važnosti raditi na imidžu sigurne destinacije za posjet/odmor**.

*S ekonomskog pogleda*, usprkos povremenim fluktuacijama, u narednoj se dekadi očekuju srednje do visoke stope rasta svjetskog gospodarstva te Svjetska banka prognozira prosječan godišnji rast zemalja u razvoju od oko 4,5%, odnosno rast industrijaliziranih zemalja od oko 2,5%. Daljnja liberalizacija tržišta, rast međunarodne razmjene, jačanje privatnog sektora i prodror informacijskih tehnologija pridonosi globalizaciji kao moćnoj sili koja oblikuje i turistička kretanja. Kao rezultat globalno rastuće potrošačke moći te sve povoljnijih i bržih načina putovanja očekuje se rast međunarodnih i domaćih odmorišnih i VFR putovanja<sup>66</sup>, kao i poslovnih putovanja. Kada je riječ o glavnim emitivnim tržištima, prognoze UNWTO-a govore da će **najveći broj putovanja u Europu biti generiran iz same Europe te se predviđa da će intra-regionalna putovanja imati udio od 85% potražnje za europskim destinacijama**. Paralelno s rastom globalnih korporacija očekuje se i sve veći rast nišnih operatora koji, razvijaju domenu **visoko specijaliziranih proizvoda** i usluga uključivo manje specijalizirane hotele i **individualizirane ture**.

*Društvena slika svijeta* uvelike je uvjetovana gospodarskim razvojem, rastućom razinom obrazovanja i općenito rastom blagostanja, posebice u razvijenim zemljama, koji pridonose tranziciji ka post-materijalističkim društvenim vrijednostima. Prema TOMAS istraživanju gosti „novog“ doba aktivniji su, obrazovaniji i informiraniji, odnosno koriste sve veći broj različitih izvora informacija te putovanje doživljaju kao “rad na sebi” i žele da im donesu nova iskustva i spoznaje. Svjesni rasta ponude, izbirljivi su, kritični i zahtjevni. Prema istraživanju Euros RSCG, u sedam bogatih zemalja poslije krize 2010. godine došlo je do velikog preokreta potrošačke perspektive. Ljudi su umorni od pritiska neprestanog konzumerizma, brine ih što su sve više odvojeni od kontakta s prirodom, neaktivni i nedruštveni. To vodi tzv. **osviještenim potrošačima** koji ciljano traže odgovorne i osviještene proizvođače i usluge te aktivan odmor.

Trendu društvenog i ekološkog osvješćenja također se pridružuju novi demografski uvjeti. Tzv. baby boom generacija (rođeni između 1946. i 1964.) u Europi i 83 milijuna u Sjevernoj Americi ulaze u

<sup>65</sup> <http://itzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-02-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf>

<sup>66</sup> „Visiting Friends and Relatives“ putovanja tj. putovanja posjeta prijateljima i rođacima

umirovljeničko doba vrlo aktivnog zdravlja, duže životne dobi i s mnogo vremena (i znatnih prihoda) za duža putovanja, uglavnom van glavnih sezona. Upravo **ova skupina društva (50 + godina) predstavlja značajno tržište za aktivne i edukacijske odmore van vrućih, ljetnih sezona.** Mlađe generacije, tzv. "Gen-Y" ili "Millenniums" (rođeni 1981. – 2001.) izloženi su internet tehnologiji koja ih povezuje širom svijeta i medijskim "bombardiranjima" o planetarnim štetama i katastrofama, a to ih posebice čini dobro informiranim i vrlo aktivnim u području ekološke i društvene pravde, a najčešće putuju sami ili u paru. Njihove potrebe i potražnja vode **razvoju izrazito segmentiranog tržišta** odnosno rasta niza specifičnih tržišnih segmenata baziranih na životnim stilovima, interesima i hobijima te razvoju novih sadržaja baziranih na uklopljenosti u okoliš, ambijentu, atmosferi i dizajnu koji počivaju na 'osjećaju za mjesto' ili nekoj temi kako bi se pridonijelo osjećaju lokalnog doživljaja.

*Pitanje ekologije jedno je od najaktualnijih i najizazovnijih tema današnjice. Klimatske promjene, ubrzana potrošnja prirodnih resursa te gubitak bio raznolikosti, nepovratno mijenjaju sliku i kvalitetu svjetskog okoliša, ujedno mijenjajući uvjete i stlove života diljem svijeta. Turizam počiva na kvaliteti i atraktivnosti okoliša, ali ujedno na njega i intenzivno djeluje. Sve više posjetitelji, posebice iz ekološki orijentiranih tržišta poput Njemačke, Velike Britanije i Skandinavije koje su ujedno i među najčešćim gostima Hrvatske (obalni dio), evaluiraju i biraju mjesta za odmor ovisno o razini okolišne odgovornosti destinacija i smještajnih objekata. Nedavne studije ukazuju na to da je skoro 70% gostiju spremno platiti i do 10% višu cijenu od uobičajene za istu vrstu usluge pod uvjetom da su uvjereni da će odsjeti u okolišno odgovornim objektima.<sup>67</sup>*

*Tehnološka dostignuća i promjene tijekom proteklih petnaestak godina bitno su promijenile gotovo sve faze turističkog iskustva, od informiranja i komuniciranja, preko kupovanja, do putovanja i same ponude proizvoda i usluga. Tradicionalni način poslovanja više skoro da i ne postoji, a Internet čini okosnicu marketinga u turističkom poslovanju.*

Nove tehnologije bitno mijenjaju i obilježja putničkog prijevoza koja se kreću u smjeru nove generacije prijevoznih sredstava od zrakoplova većeg kapaciteta do super brzih vlakova, efikasnije potrošnje goriva i većeg dometa, a s obzirom na dominaciju cestovnog prometa, ulaže se u smanjenje potrošnje kao i alternativna goriva te u cestovnu infrastrukturu. Ovakav napredak omogućuje jednostavnija, brža i dinamičnija putovanja nego što je to bilo prije zbog čega se gosti kraće zadržavaju na jednom mjestu te **tijekom jednog odmora žele vidjeti i doživjeti čim više.**

## 6.2 Analiza turističkog tržišta i kupaca

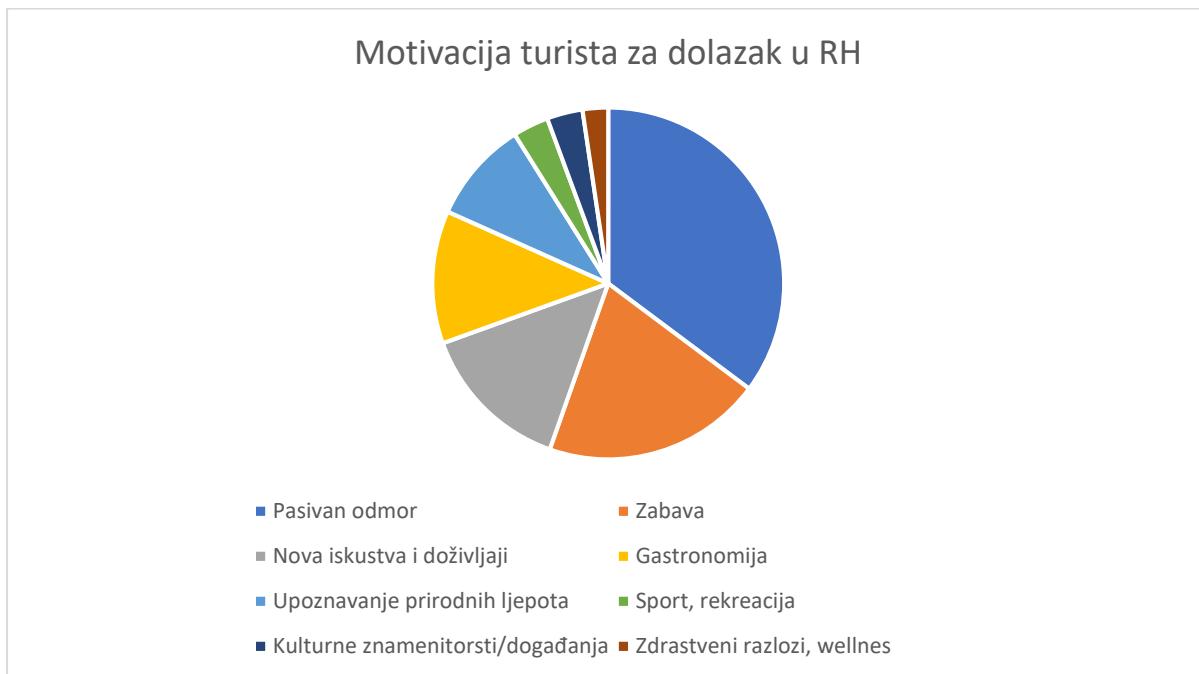
Kao što je vidljivo iz analize turističkih trendova, turističko se tržište pod utjecajem političkih, društvenih, ekonomskih, tehnoloških i drugih faktora znatno promijenilo u vrlo kratkom vremenskom periodu. U tom pogledu govorimo o novim trendovima ponašanja kupaca, tzv. *osviještenih potrošača*. Zahvaljujući novim tehnološkim dostignućima, informacije su danas dostupnije no ikad te su sukladno tome turisti mnogo informiraniji, iskusniji i zahtjevniji nego što su bili svega nekoliko godina. Osim toga današnjem je turistu važno da ide na sigurna odredišta gdje može iskusiti i naučiti čim više te aktivno provesti svoj odmor. U tom se pogledu primjećuju neki novi trendovi ponašanja i potreba gostiju:

- povećani interes za kraćim putovanjima ispunjenim doživljajima i aktivnostima, odnosno u što manje vremena što više vidjeti i doživjeti,

<sup>67</sup> <http://itzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-02-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf>

- sve veća potražnja za raznolikim specijaliziranim programima, kao što su npr. biciklistički programi, golf programi, zdravstveni programi, programi pješačenja, agro – turizam, i drugo,
- razvijena ekološka svijest, jer su očuvanost prirode i prostora u kojem se provodi odmor važni čimbenici pri odabiru mjesta za odmor,
- boravak u manjim smještajnim kapacitetima (mali hoteli, vile...),
- jačanje interesa za tradicionalne vrijednosti tipičnih za destinaciju,
- velika pažnja posvećuje se kvaliteti, tj. dobivanju odgovarajuće vrijednosti za novac,
- potražnja za poslovnim i *team-building* aranžmanima i programima.

Ovi trendovi ukazuju na povoljnu situaciju za budući destinaciju integriranog razvojnog programa kulturno turističke destinacije partnera u projektu KultTourSpirit. Međutim prema istraživanju koje je proveo Institut za turizam o motivima dolaska turista u Hrvatsku, a koje se temelji na dolascima stranih posjetitelja u RH, motivacija dolaska ukazuje na veliki postotak gostiju koji traže pasivan odmor. Ipak ispitivanje je potvrdilo i kako je među prvih 9 motiva upravo potraga za novim iskustvima i doživljajima te upoznavanje prirodnih ljepota, sport i rekreacija, poslovne obveze i upoznavanje kulturnih znamenitosti, što i jesu prednosti buduće turističke destinacije središnje Istre.



Slika 5. Motivacija turista za dolazak u Hrvatsku<sup>68</sup>

<sup>68</sup> <http://www.itzg.hr/UserFiles/File/novosti/2015/Tomas-ljeto-2014-prezentacija-03-02-2015.pdf>

### 6.3 Analiza konkurenčije (mogućih partnera) integriranog kulturno turističkog razvojnog programa (tema- priče i legende centralne Istre)

Prostor buduće destinacije u slučaju integracije nekoliko mjesta/gradova/ u jedan interpretacijski prostor već sada ima konkurenčiju. Govorimo o izdvojenim „turama“ koje se mogu posjetiti u vlastitom aranžmanu:

- Istarske freske
- Istarski kašteli
- Glagoljica
- Srednjovjekovni festival i drugi, te slično.

Međutim niti jedna „tematska“ destinacija nije razvila uslugu na razini na kojoj bi je planirano ovom studijom za destinaciju integriranog kulturno turističkog programa „priče i legende centralne Istre“, povezujući se ne samo interpretacijski u prostoru i u diskursu već i turističkim proizvodima.

S druge pak strane važno je napomenuti već sada postoji korištenje elemenata ove teme u lokalnim događajima ili proizvodima koji nisu vezani uz interpretaciju kulturne baštine (npr. Štriga- rogaining u Buzetu<sup>69</sup>) što dovodi do zaključka da se programe, proizvode koji nisu isključivo kulturnog karaktera može vezati uz predloženu temu. Stoga kroz prizmu strateške odluke u odabiru marketinških alata, preporuča se **intenzivno stvaranje partnerstva sa drugim vidovima specifičnih oblika turizma** radi postizanja vidljivosti destinacije.

---

<sup>69</sup> Rogaining je orientacijski sport na duge staze, uključuje strategije kretanja i navigaciju između kontrolnih točaka koristeći razne tipove zemljovidova.

## 6.4 SWOT

SWOT analiza je definirana iz perspektive trenutne situacije vezane uz mogućnosti marketinga za destinaciju koja temelji na spomenutoj temi, na lokacijama partnera KulTourSpirit projekta, ali i šire.

### SNAGE

- + centralna tema (priče i legende Istre)
- + autentičnost prostora (svih partnera i šire)
- + obnovljena infrastruktura (postojeći lokaliteti i oni koji su u planu obnove)
- + razvijena tradicija turizma
- + krug potencijalnih partnera u okolini

### SLABOSTI

- nepovezanost upravljanja lokalitetima
- nepostojanje jedinstvenog programa (sadržaja)
- ljudski kapaciteti (upravljanje)
- ne-umreženost interpretativnih elemenata –  
nepostojanje tradicionalne interpretacije  
(nepostojanje touring infrastrukture)
- Sustav javnog prijevoza

### SNAGE

- + razvoj kulturnih proizvoda u Hrvatskoj u početnom stadiju
- + prisutnost turista i rast turističkog sektora
- + pristupačnost marketinških alata s utjecajem na odluke posjetitelja
- + novi trendovi u marketingu

### PRIJETNJE

- neostvarivanje planiranih strateških projekata (infrastruktura)
- nepovoljne ekonomske situacije u Hrvatskoj
- sve manje financiranja iz javnog sektora

## 6.5 Ciljane skupine posjetitelja

Kako se radi o predstavljanju opcija u marketingu, nije proveden odabir određenog proizvoda niti je destinacija definirana stoga nije provedeno planiranje u kojem bi jasno bili definirani ciljevi marketinškog plana. Ipak ono što je nužno jest diferencijacije proizvoda zbog dobivanja konkurenčke prednosti na razini RH, i u odnosu na destinacije na obali. Drugim riječima sadržaji moraju biti dovoljno specifični i kvalitetni kako bi privukli posjetitelje s EU i nacionalne razine, što podrazumijeva i segmentaciju proizvoda zbog nužnosti privlačenja većeg broja posjetitelja tijekom cijele godine. Međutim radi održivosti destinacije biti će potrebno raspoložive resurse usmjeriti na sezonske sadržaje s ciljanim skupinama posjetitelja.

### Ciljana skupina (posjetitelji):

- Posjetitelj „istraživač“ (svi uzrasti) – aktivni posjetitelj (nema primarni interes samo na moru/suncu)

### Ciljano tržište (prema prioritetima marketinškog usmjerenja)

- Grupe (strani i domaći turisti)
- Vikend turisti – „city brake“ turisti
- Obitelji
- Poslovni ljudi
- Cikloturisti
- Školska populacija županije i RH
- Pojedinci
- stručna javnost

Ciljane skupine ne bi trebale biti ograničene zbog interpretacijskih programa, međutim marketinške aktivnosti lakše je provoditi kada znamo kome se obraćamo sa proizvodom. U svrhu toga, za početak djelovanja svakako je dobro izabrati ciljanu skupinu do koje je „najjeftinije“ doći, a to su korisnici društvenih mreža.

Dnevni kapacitet posjetitelja na području destinacije ne bi trebali prelaziti 1500 osoba (na području definirane ture 4 mjesta). Sve iznad tog broja na bilo kojoj od točaka posjeta ugrozilo bi kvalitetu i potencijalni doživljaj prostora i teme. Međutim kako se u periodima visoke turističke sezone taj broj ne može kontrolirati, moguća strateška odrednica bi mogla biti usmjerenost programa samo na pred i post sezonu s ciljanim posjetiteljima, dok se resursi u sezoni usmijere samo na organizaciju većih događaja i naplatu istih. Poslovni plan DMC koji bi upravljao destinacijom trebao bi procijeniti broj mjesecnih i godišnjih posjeta, međutim sudeći prema podacima o broju posjeta recimo Etnografskog muzeja u Pazinu (cca. 16.000 posjeta u 2016. godini<sup>70</sup>) potrebno je dobro promisliti o finansijskoj konstrukciji i intenzivno ulagati u povećanje broja posjeta na razini cijele godine. Preporuča se broj godišnjih posjeta naplativim programima najmanje 120.000 tisuća kako bi se povrat ulaganja i mogućnost daljnog ulaganja mogla realizirati već nakon druge godine djelovanja DMC-a.

---

<sup>70</sup> [http://www.mdc.hr/files/pdf/Izvjesca/2016/Etnografski\\_muzej\\_Istre\\_2016\\_mdc.pdf](http://www.mdc.hr/files/pdf/Izvjesca/2016/Etnografski_muzej_Istre_2016_mdc.pdf)

## 6.6 Definiranje marketing miksa

Kod definiranja marketinškog miksa osim strateškog usmjerenja nužna je uspostava startne pozicije destinacije uvidom u stanje slijedećih resursa:

- Ljuski potencijali
- Financijski potencijali
- Organizacijski potencijali
- Proizvodni/uslužni potencijali
- Raspoloživo vrijeme

Na prethodno spomenutoj radionici i strateškim dokumentima koji se tiču razvoja turizma te intervjuima dionika utvrđeno je da **ljudski kapaciteti su možda najslabiji dio budućeg upravljanja destinacijom**, u tom slučaju preporuke je pronaći ljudske kapacitete iz sredina (partnera) koji su uključeni u projekt ili koji već imaju potrebna znanja vezana uz dio upravljanja (Istra Inspirit) kao period pripreme za lansiranje DMC-a. **Financijski kapaciteti** su predmet rasprave u narednom periodu, te ih je potrebno jasno definirati Poslovnim planom DMC-a. **Organizacijski potencijali** su ostvareni, naime svi ključni dionici su složni oko kapaciteta koji se mogu nositi organizacijskim opterećenjima u periodu potpunog pokretanja integriranog razvojnog programa destinacije, tj. da je potrebno organizirati samostalnu jedinicu za njegovo upravljanje. Drugim riječima potrebno je osigurati kontinuitet kadrova na svim pozicijama. Raspoloživo vrijeme za provedbu marketinške strategije je dovoljno, ali treba djelovati trenutno budući da za postizanje visoke vidljivosti sadržaja i lokacije destinacije potrebno je u prosjeku nešto više od dvije godine.

**Proizvodi/usluga** destinacije navedeni su u tablici poglavlja 3.4. te se preporuča usmjerjenje početnog ulaganja u interpretacijsku osnovnu infrastrukturu te uvođenje naplate za većinu lokacija (s dodatnom uslugom interpretacije prostora/tema kroz vodiča koju postepeno treba uvesti kao sastavni dio obilaska). Kao slijedeći korak preporuča se širenje osnovne ponude na ponudu koja povezuje sve lokalitete i uključuje transfer te je organizirano kao polu/cijelo ili više dnevni događaj. Ovo bi trebale biti „kostur“ proizvodi koji će pokretati akumulaciju novih isto tako predloženih u poglavlju 3.4.

**Cijena** osnovnih proizvoda bi trebala biti podjednaka na svim lokacijama za pojedinačne posjetitelje, uz posebne cijene za obitelji i grupe. U cijenu bi svakako trebalo uključiti troškove interpretatora ili storyteller-a kao dodanu vrijednost ulaznice. Procjene cijena koje su dane niže u tablici temelje se na standardnim cijenama u RH (izvan sezone, unutrašnjost RH) te bi njihovu detaljnu procjenu bilo potrebno temeljiti na poslovnom planu sa jasnim prihodima i rashodima za svaki proizvod, i ukupno na razini cijele destinacije uzimajući u obzir troškove upravljanja.


 Proizvodi, cijene i kupci

	Naplata	Cijena	Kupci (prva godina)
Vizualni identitet	✓	U vidu suvenira (5kn-300kn)	svi
Interpretacijske ploče	✗	✗	svi
Tiskani materijal	✓	Publikacije vezane uz krovnu temu/sekundarne teme ( 50-500kn )	svi
Web	✗	✗	svi
Aplikacije	✗	QR-codovi i naplata skidana dodatnih sadržaja + aplikacije za ESCAPE (10-50 kn)	Do 30% posjetitelja
Mini ture sa storytellerima	✓	1-dnevne ture , 2 dnevne ture i 3-dnevne ture (250-1200 kn)	Do 30% posjetitelja
Muzeji/posjetiteljski centri	✓	Naplata ulaznica 35-70kn	Do 70% posjetitelja
Igre/Mozgalice	✓	Naplata ulaznica 120-500 kn	Do 10% posjetitelja

**Distribucijski** kanali trebaju se osloniti na lokalne goste te lokalne smještajne kapacitete, kao polazišna točka direktnе prodaje, uz taj korak potrebno je otvoriti mogućnost kupnje ulaznice nekih proizvoda on-line, jer je zadnjim izvještajem za 2017. godinu HTZ-a ustanovljeno da više od polovice gostiju u RH svoje aranžmane bookiraju direktno on-line. Potrebno otvoriti takvu mogućnost odmah kod uspostave strukture upravljanja i edukacije interpretatora/storytellera. U narednom periodu potrebno je koristiti mrežu IRTA-e kao i mreže TZ-a. TZ u svakom slučaju trebaju biti stalni partneri DMC-u te sugerirati promjene u svrhu unaprjeđenja destinacije, uključivanje lokalnih dionika, prodajne kanale te druge informacije.

**Promocija** je svaki oblik komunikacije čija je uloga informiranje ljudi o proizvodima i uslugama, imidžu, idejama ili društvenoj odgovornosti te ju čine oglašavanje, direktni marketing, internet marketing i odnosi s javnošću (4 promocije – 4P). U sklopu aktivnosti promocije kao prvi korak potrebno je otvoriti profil na društvenim mrežama i izraditi web stranica najave nove destinacije ili aktivnosti koje će se dešavati u svrhu njenog formiranja. Moguće je jača angažiranost javnosti i samim time već u prvoj godini može se stvoriti kritična masa posjetitelja spremnih za dolazak u pred i post sezoni. U prvim godinama rada DMC-a, promocija se treba osloniti na nisko zahtjevne alate, kako u finansijskom pogledu tako i u ljudskim kapacitetima. Stoga oglašavanja + Internet marketing, uz direktni marketing prema gostima lokalnih smještajnih jedinica. Odnosi s javnošću ključni su u privlačenju domaćih gostiju također u pred i post sezoni, te radi lokalne zajednice koja je ključna u osiguravanju kvalitete destinacije te sudjelovanja u njenom formiranju.

## 7 Zaključak

Valorizaciju kulturne baštine, koja je predmet projekta KulTourSpirit potrebno je staviti u kontekst integriranog kulturno turističkog programa koji je određen krovnom temom „priče, legende i mitovi središnje Istre“. U ovom dokumentu ustanovljen je neiscrpan potencijal za gradnjom i nadogradnjom tema, sadržaja i proizvoda unutar integriranog kulturno turističkog programa (destinacije-središnje Istre) što je dovoljan početni „kapital“ za uspostavu kvalitetnog upravljačkog okvira nove tematske destinacije.

Dokument tako zbog odsustva strateškog planiranja i predviđene integrirane strategije za razvoj kulturne baštine temeljena na krovnoj temi nudi **opcije upravljanja budućom destinacijom**, te **prijedlog strukture povezivanja materijalne i nematerijalne baštine** Pazina, Buzeta, Kanfanara i Svetvinčeta. Dokumentom je predložen i model privremenog upravljanja koji se organizira oko jednog proizvoda. Upravo spomenuti proizvod (mini ture sa storyteller-ima) bi mogao biti temelj nadogradnje destinacije, međutim napomena u dokumentu je oprez oko stvaranja i osiguranja partnerskih odnosa koji će ulagati u zacrtani razvoj destinacije.

Kako proizvodi ne bi ostali ekskluzivno dostupni samo organiziranim grupama gostiju kroz **Akcijski plan** dokumenta preporučeno je ulaganje u osnovnu interpretacijsku infrastrukturu cijelog područja, a temeljem izrađenog Interpretacijskog plana čija je izrada predviđena istim planom. U skladu s time, presudna je odluka dionika projekta KulTourSpirit o pokretanju aktivnosti koje će zahtijevati prilagodbu lokalnih kulturno turističkih priča barem u jednom njihovom dijelu kako bi se stvorila povezanost s krovnom temom cijelog područja i drugim mjestima (kako je predloženo dokumentom). Odsustvo strateških odluka (vezanih uz razvoj destinacije) moglo bi utjecati na niz potencijalni učinaka za lokalna gospodarstva.

Naime sva mjesta imaju značajan potencijal u razvoju ovog integriranog kulturno turističkog programa, budući da svatko od njih nosi najmanje jednu poveznicu sa drugim mjestom preko „svoje“ teme. Upravo naglasak na povezanost i organizaciju (putokazi, table, prijenos informacija i emocija) predstavljat će izazov u razvoju interpretacijskih alata koji će vizualno i tematski trebati obuhvatiti sva područja, što je djelomično pokriveno Komunikacijskom i marketinškom studijom izrađenom za proizvod storytellinga. Sada kada u prostoru ne postoji značajan obim interpretacijskih alata pravo je vrijeme za odluku o integriranju „priča i legendi“ u sve buduće interpretacijske proizvode svih mjesta.

Za uspostavu destinacije s proizvodima koja je potencijalno, strukturno i organizacijski, izuzetno kompleksna, potrebno je početno investicijsko ulaganje. Koliko će ono iznositi, potrebno je definirati poslovnim planom čija je izrada isto tako predviđen akcijskim planom te koji bi se trebao oslanjati na odabir proizvoda predstavljenih u **Marketinškom planu**. Ovaj korak je potreban radi plasiranja proizvoda i početka akumuliranja sredstava radi daljnog investiranja. Uloga partnera u početnom investiranju je presudna za pokretanje programa destinacije.

Kao zadnju preporuku, dokument je naglasio važnost ljudskih kapaciteta te nužnost ulaganja u osoblje koji su u izravnom kontaktu s posjetiteljima. Međutim za destinaciju i dalje predstoji slabost koja se odnosi na ljudske upravljačke kapacitete, a koji su teško dostupni za cijeli kulturno-turistički sektor unutar RH. Umjesto opcija, dokument savjetuje oslanjanje na ljudske kapacitete unutar poznatih partnerskih struktura koji su dokazali svoju sposobnost u upravljanju sličnim projektima (prijelazni oblik upravljanja).

## 8 Bibliografija

1. A. Ciuffardi, Statut Svetvinčenta, VIA, sv. 6-7, 1996 – 1997, UDK 34(497.5-2)
2. B. Reisp, (1983), *Kranjski polihistor Janez Vajkard Valvasor*, Ljubljana: Mladinska knjiga.; Hrvatska enciklopedija, Valvasor, Johann Weichard
3. Boris Petrić, Tomislav Pletenac: *Fantastična bića Istre i Kvarnera*, Vuković i Runjić, Zagreb 2008.
4. Buzetski zbornik, UDK 227.929, sv. 41 / Perić Polonija, Tanja: Ikonografija i ilustrativna građa o Buzetu / sv. 26 / Rašporski kapetan Alvise Foscari i njegovo izvješće iz 1992, prof.dr.sc. Slaven Bertoša / O društvenom i ekonomskom položaju žena u Roču i na Buzeštini početkom 20st. , dr.sc. Zdenko Balog
5. D. Orlić, (1986), *Štorice: od štrig i štriguni* Pula: Istarska naklada.
6. E. Merlić, D. Jakovljević, (2008), *Buzeština kroz povijest*, Pazin: Samozal
7. I. Milovan, (2016), *Svetvinčenat*, Pazin: "Josip Turčinović"
8. I. Njegovan, (2011), *Mitovi i legende Istre i Kvarnera*, Rijeka: List. 27.
9. Istarska enciklopedija
10. *Integrirani plan revitalizacije starogradsko jezgre Buzeta*, Institut za turizam, srpanj 2017.
11. J. Bratulić, *Kanfanar i kanfanarština: zbornik radova sa znanstvenog skupa povodom 900. obljetnice prvog pisanog spomena Kanfanara*, 1998., Kanfanar, 5. listopada 1996. *Kanfanar: Dvegrajci - udruga za očuvanje i promociju nasljeđa*
12. J. Ivetac, (1998), *Zanimljiva Istra*, Pazin: "Josip Turčinović".
13. J. Ivetac, (1999), *Manje poznata Istra*, Pazin: "Josip Turčinović".
14. Jurina i Franina, UDK 231.578, sv. 58
15. M. Bošković-Stulli (1986), *Zakopano zlato: hrvatske usmene pripovijetke, predaje i legende iz Istre*, Pula: Čakavski sabor. 200. / I. Njegovan, (2011), *Mitovi i legende Istre i Kvarnera*, Rijeka: List. 16
16. M. Bošković-Stulli, (1986). Zakopano zlato: hrvatske usmene pripovijetke, predaje i legende iz Istre. Pula: Čakavski sabor.
17. M. Nežić, (2008), *Škrbina – na kraju legende*, Buzetski zbornik, 35.
18. *Managing cultural world heritage*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2013., ISBN 978-92-3-001223-6
19. Master plan istarskog turizma 2015.-2025., Horwath HTL
20. N. Petrić, *Kulturno-povijesno nasljeđe Dvigrada*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula (2015.). 18., prema S., Bertoša. (2014.), *Istarske priče i legende: primjer Dvigrada*, Dvegrajski zbornik - zbornik radova sa znanstvenih skupova "Crtice iz povijesti Kanfanarštine" 2012. i 2013. (1849-4846)
21. N. Petrić. (2015), *Kulturno-povijesno nasljeđe Dvigrada*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“. Pula. 17.
22. N. Vojnović, *Održivi turizam unutrašnjosti Istre*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016., ISBN: 978-953-7320-53-9
23. *Održivi razvoj unutrašnje Istre*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.
24. P. Strčić, (1982), *Pazin*, Pazin: Skupština općine
25. Preliminarni izvještaj o arheološkom istraživanju palače Moretti u starogradskoj jezgri grada Buzeta, Dženi Los, studeni 2017.

26. R. Lekić, Ž. Trezner, N. Mance, *DMC as a Creator of Memorable Experiences in Tourist Destination*, Tourism and Hospitality Industry 2014, CONGRESS PROCEEDINGS Trends in Tourism and Hospitality Industry
27. S. Ham, *Interpretation: Making a Difference on Purpose*, Fulcrum Publishing, 2013.
28. S. Ham, J. Morales, *A que interpretation referimos*, Boletin de Interpretacion, br. 19
29. Z. Črnja, (1971), *Zaspal Pave. U Hrvatski Don Kihoti*, Rijeka: "Otokar Keršovani"

Strateški dokumenti:

30. Master plan istarskog turizma
31. Istarska kulturna strategija
32. Strategija razvoja grada Pazina 2015-2020
33. Integrirani plan revitalizacije starogradske jezgre Grada Buzeta
34. Strategija razvoja Grada Buzeta za razdoblje od 2016-2020
35. Studija potencijala, marketinška strategija i akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma Buzeta
36. Strategija razvoja Općine Kanfanar za razdoblje 2015.-2020. godine
37. Strateški razvojni program Općine Svetvinčenat 2014.-2020
38. Komunikacijsko marketinška strategija i vizualni identitet turističkog proizvoda „Spirit of Living History in Istria“, 2017.

## 9 Popis tablica

<i>Tablica 1. Broj dolazaka i noćenja turista u Općini Kanfanar .....</i>	9
<i>Tablica 2. Broj dolazaka i noćenja turista u Općini Kanfanar po mjesecima u 2016. godini .....</i>	10
<i>Tablica 3. Broj dolazaka i noćenja turista u općini Svetvinčenat .....</i>	15
<i>Tablica 4. Broj dolazaka i noćenja turista u Općini Svetvinčenat u 2016. godini.....</i>	16
<i>Tablica 5. Broj dolazaka i noćenja turista u gradu Pazinu .....</i>	22
<i>Tablica 6. Broj dolazaka i noćenja turista u gradu Pazinu u 2016. godini .....</i>	22
<i>Tablica 7. Broj dolazaka i noćenja turista u Buzetu .....</i>	28
<i>Tablica 8. Broj dolazaka i noćenja turista u Buzetu u 2016. godini .....</i>	29
<i>Tablica 9. Zaključak analitičkog dijela .....</i>	34
<i>Tablica 10. Prikaz interpretacijskog indeksa.....</i>	38
<i>Tablica 11. Analiza i opcije postojećih i mogućih aktera koji bi upravljali destinacijom središnje Istre</i>	44
<i>Tablica 12. Vrste proizvoda / infrastrukture i potrebne aktivnosti za ostvarenje.....</i>	54
<i>Tablica 13. osnovna podjela interpretacijske krovne teme na sekundarne teme.....</i>	58
<i>Tablica 14. Akcijski plan .....</i>	61

## 10 Popis slika

<i>Slika 1. Područje integriranog kulturno turističkog programa projekta KulTourSpirit .....</i>	3
<i>Slika 2. Prikaz procesa u primjeni metode „design thinking“ radi definiranja mogućih proizvoda budućeg integriranog kulturno turističkog programa .....</i>	41
<i>Slika 3. Poslovne aktivnosti Istarske razvojne turističke agencije .....</i>	47
<i>Slika 4. Prijelazni oblik upravljanja.....</i>	49
<i>Slika 5. Motivacija turista za dolazak u Hrvatsku .....</i>	68

## 11 PRILOG 1: Dodatni sadržaj i opis kulturnog konteksta.

### Kanfanar

#### Kulturni kontekst i sadržaj

- **Selo Mrgani**

Mrgani su naselje na sjevernoj strani Limske drage. Ime sela dolazi od prezimena Morgan, koje se na ovom području prvi put spominje na početku 17.st. Danas Mrgani imaju ambijentalnu vrijednost kao očuvana ruralna cjelina. Unutar sela nalaze se i pojedini spomenici koji su nekad pripadali Dvigradu, od kojih treba istaknuti kamenu ploču s prikazom dviju ptica i uklesanom god. 1245. Prapovjesni lokaliteti Gradina nad Limom i uzvišenje Marozula u blizini Mrgana svjedoče o ranoj naseljenosti širega područja. Prilikom izgradnje ceste Okreti–Medaki južno od Mrgana pronađena je veća količina antičkih nalaza (tegule, obrađeno kamenje s ostacima žbuke, fragmenti amfora i keramike).<sup>71</sup>

Uz selo Mrgani veže se i priča o gusaru Morganu, prema kojem je selo navodno dobilo ime. Henry Morgan rođen je negdje oko 1635. godine.<sup>72</sup> Stoga se legenda o sakrivenom blagu i poveznici imena sela s imenom gusara smatra povijesnom neutemeljenom pričom koja se već u vremenskom periodu nastanka sela i eventualnog dolaska gusara ne poklapa. Međutim priča je korištena u uprizorenju događaja kroz Istralnspirit, te kao i u tom slučaju često se koristi u turističkog promociji, međutim samo selo nije umreženo prostorno u interpretaciju tog događaja.

- **Selo Jural**

Selo Jural smješteno je 8 km zapadno od Kanfanara u općini Kanfanar. Nalazi se na sjevernoj strani Limske drage, izvan glavnih putova. Pripadalo je području Dvigrada, u sklopu mletačkih posjeda. Starija povijest sela nije poznata, a 1622. u njega su se naselili novi stanovnici – izbjeglice pred Osmanlijama iz Grčke. Na rubu sela i iznad njega nalazi se crkvica sv. Margarete iz 17. st. Ono je jednostavno zdanje pravokutna tlocrta ima preslicu s dvama zvonima na pročelju, te zidani oltar s drvenim rezbarenim antependijem i drvenim retablom s više likova svetaca. Kraj sela je prapovjesna Limska gradina.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1825>

<sup>72</sup> N., Petrić. (2015). KULTURNO-POVIJESNO NASLJEĐE DVIGRADA. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“. Pula. 18. prema S., Bertoša. (2014.). Istarske priče i legende: primjer Dvigrada. Dvegrajski zbornik - zbornik radova sa znanstvenih skupova "Crtice iz povijesti Kanfanarštine" 2012. i 2013. (1849-4846), 2, 115-128.

<sup>73</sup> Istarska enciklopedija, Jural, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=3191>

- **Sela Barat, Korenići, Ladići**

Sela Barat, Korenići i Ladići nalaze se u blizini Kanfanara, te su izrazito piktoresna i pogodna za šetnju. Nastanak Korenića može se zahvaliti kanoniku Georgiju (Jure) Koreniću koji je na ovom mjestu sagradio svoju kuću 1702. godine. Godinu dana kasnije sagradio je i malu kapelicu Svetog Duha. Tek naknadno niknulo je još kuća na ovom dijelu i tako je nastalo selo Korenići. U Ladićima nalazi se groblje gdje je osim nove kapelice i stara crkvica Sv. Siksta. Crkva je iz 12.st. kada je oko nje postojao benediktinski samostan, kasnije pavlinski hospicij. Crkva ima romanički zvonik, na kojem je s jedne strane bifora, na ostalim stranama je po jedan otvor. U Baratu nalazi se crkvica Sv. Petra, u samom centru ovog malo mjesta. U crkvi je mramorni oltar iz 1722. datiran natpisom na latinskom. Natpis spominje i Viktora Ruffinija za čijeg je upravljanja učinjen. Jedan od kipova je i Sv. Rok, zaštitnik od kuge. Neki drveni kipovi koji su sastavni dio oltara čak su i stariji od oltara koji je rađen s namjerom da ih se naknadno uklopi u oltar. Titular Sv. Petar vjerojatno je dat zato što se južnije od Barata nekada nalazio samostan Sv. Petra u Okovima, od kojeg danas postoje samo ostaci.<sup>74</sup> Uklapanje spomenutih sela u integrirani kulturno turistički program moglo bi biti temeljeno na sveuč sv. Roka i kugi kao poveznici sa drugim mjestima istog titulara.

- **Jame Kanfanarštine – jama Kumbašeja (u blizini sela Bunići) → legenda o jami Bonvašeja (Kumbašeja)**

Kanfanar i okolica nalaze se na krškom terenu stoga predio obiluje nizom zanimljivih jama. Kod sela Mrgani nalaze se dvije, dubine 45 i 95 m. Kod sela Burići nalazi se nekoliko jama, među kojima je i jama Kumbašeja velika duboka 175 m. Jama ima promjer od 50 m te je to jama s najvećim otvorom na istarskom tlu tako da danje svjetlo dopire do njezinog dna. Uz nju je vezana legenda o dubokoj i strašnoj jami Bonvašeji.

---

*Legenda kaže da je u neko davno doba na njezinom mjestu (jame) bilo plodno polje, a vlasnik polja bio je slijep. Kako nije mogao obrađivati zemlju, dao je polje svom kumu, ali uz dogovor da urod svake godine pravedno dijeli. Nakon prvog uroda, došao je slijepac na polje i zatražio polovicu uroda kako je i bilo dogovorenno. No kum je dogovorio «shvatilo» na svoj način te je od deset vreća sa žitom slijepcu dao samo četiri. Kako je dijelio vlasniku jednu, a sebi jednu, nakon svake vreće rekao bi slijepcu: «Evo popipaj, svakome po jedna», a na to bi slijepac «S kakvom mjerom mjeriš, s takvom neka i tebe Bog mjeri». Kada je završila «pravedna» podjela uroda, nakrcala kum na slijepčevog magarca četiri vreće, a na svoja kola ostatak, šest vreća. Kada je htio krenuti kući, popeo se kum na kola i povikao na volove da krenu. Ali se u taj čas pod kolima otvorila zemlja i tako je nestao i kum i volovi i kola i žito, a nastala je jama Bonvašeja.*

---

Spilja Kumbašeja nalazi se južnije od Kanfanara predstavlja najdublju spilju na ovom području. U blizini je i Kumbašeja mala. Kod Burića je 1996. godine otkrivena i nova jama, vrlo uskog ulaza, a speleolozi su došli do čak 127 metara dubine. Jama ima nekoliko dvorana, izuzetno bogatstvo stalagmita i

---

<sup>74</sup> <http://www.swirl.bloger.index.hr/post/barat-korenici-ladici/3723010.aspx> (pristup 13. 11.2017.), prema tekstu Antona Medena

stalaktita te slap vode. Otvor je vrlo uzak, a ulazak nije moguć, osim speleološkom opremom.<sup>75</sup> Obje jame nose svoje sadržaje izvan prirodne baštine, te obje mogu biti povezane uz integriranim kulturno turistički program kako preko nematerijalne baštine, tako i spojem nematerijalne baštine s avanturizmom i predstavljanjem prirodne baštine.

- **Crkvica sv. Agate kraj Kanfanara**

Crkvica Sv. Agate nalazi se tik uz cestu za Viduline i drugog kraka koji kroz Dragu vodi u Barat u blizini Kanfanara. To je najstarija crkva u župi i smatra se da je izgrađena negdje krajem desetog stoljeća. Nedaleko ispod crkve nalazi se izvor vode, oko koje su se često u prošlosti gradila naselja. Njegove freske otkrivene su 1949. godine, a nalaze se na apsidi i na trijumfalnom luku. Najvjerljivije su nastale prije 13. st. te spadaju među najstarije freske u Istri.<sup>76</sup> Crkvica se može integrirati u integrirani kulturno turistički program preko upoznavanja srednjovjekovnog praznovjerja koje se i ovdje očitovalo kroz grebanja fresaka, točnije očiju apostola za čiji se prah smatralo da posjeduje posebne moći. Tema praznovjerja je moguće nadovezati na ljekovito bilje i Karolininu kuću u Buzetu, pa dalje na Istarsku kuću priča i legendi u Pazinu.

- **Ruševine Sv. Jakova (u Kanfanaru)**

Ostaci crkve Sv. Jakova nalaze se stotinjak metara zapadno od crkve Sv. Agate prema Dragi. Danas među ruševinama stoji još samo dio sjevernog zida crkve. Nešto niže od crkve mogu se nazrijeti temelji više nastambi zidanih u suhozidu pa se pretpostavlja da je tu nekad davno bila benediktinska opatija.<sup>77</sup> Na ovom se mjestu nalaze ostaci zidina gradine Kašteljir koja je bila naseljena i prije dolaska Rimljana, a na istom mjestu bilo je i srednjevjekovno naselje. Današnja Jakovlja, veliki sajam po kojem je poznat Kanfanar, započela se održavati u srednjem vijeku upravo kraj Sv. Jakova.<sup>78</sup> Potrebno dalje valorizirati mjesto radi eventualnog uključivanja u integrirani kulturno turistički program, trenutno nisu pronađeni elementi za uključivanje.

- **Selo Maružini – crkva Sv. Marije od Sniga**

Nalazi se uz stari put, iza sela Maružini, koji vodi u Svetvinčenat. Smatra se da je sagrađena u 12. st. Najstarija pisma koja o njoj govore su iz 1252., a 1325. god. u aktu o razgraničenju (Istarski razvod) spominje se kao mjesto ‘trih kunfini’: dvigradski, žminjski i svetvinčentski.<sup>79</sup>

- **Crkvica sv. Antuna opata (Dvigrad)**

Crkvica sv. Antuna opata nalazi se poviše Dvigrada jugoistočno od ulaza u grad. Ta je bratovštinska crkvica izgrađena u drugoj polovici 15. st (na oltarnoj je fresci netko izgrebao godinu 1486.). Zid iza oltara oslikan je freskama rukom (po B. Fučiću) “šarenog Majstora” koji je dobio taj nadimak po svojoj paleti vrlo izrazitih i šarenih boja. Freske su veoma oštećene od ruku pastira koji su do ne baš tako

---

<sup>75</sup> <https://www.dvegrajci.hr/jame/> Bratulić, J. (1998). Kanfanar i kanfanarština: zbornik radova sa znanstvenog skupa povodom 900. obljetnice prvog pisanog spomena Kanfanara, Kanfanar, 5. listopada 1996. Kanfanar: Dvegrajci - udruženje za očuvanje i promociju naslijeđa

<sup>76</sup> <https://www.dvegrajci.hr/crkvica-sv-antuna-opata-dvigrad/> autor Anton Meden

<sup>77</sup> <https://www.dvegrajci.hr/sv-jakov/>

<sup>78</sup> <https://www.dvegrajci.hr/sv-jakov/> autor Anton Meden

<sup>79</sup> <https://www.dvegrajci.hr/crkvica-majke-božje-snjezne/>

davno, u crkvici držali ovce.<sup>80</sup> Potrebna dodatna valorizacija za uključivanje, trenutno ne postoji dovoljno elemenata za uključivanje u integrirano kulturno turistički program.

- **Arheološki lokalitet Maklavun zaštićeno je kulturno dobro (pojedinačno), arheološka baština**

Maklavun je arheološki lokalitet koji je bio visoko ugrožen zbog kamenoloma u neposrednoj blizini. Na putu do tumula odlaže se otpad, što je dugogodišnji problem lokaliteta. U 2017. godini turističkom je signalizacijom označen put do Maklavuna, a pored istoga (na vrhu brda) postavljena je i četverojezična info ploča s informacijama o lokalitetu. Dok je sami tumul, kao zaštićeno kulturno dobro, pod ingerencijom konzervatorskog odjela u Puli (Ministarstvo kulture), šumsko područje na brdu u vlasništvu je Hrvatskih šuma. Također, u neposrednoj blizini nalazišta nalazi se strmina koja je nastala zbog rada kamenoloma. Strmina je sanirana, ali ne na odgovarajući način. Osim nekontroliranog odlaganja otpada, kao problem se može istaknuti i neredovito održavanje (košnja) područja oko samog nalazišta, što se može pripisati i činjenici da područjem upravljaju Hrvatske šume, a općinsko komunalno poduzeće za sve aktivnosti koje želi provesti (čišćenje, piljenje drva po stazi do tumula...) treba tražiti dozvole.

U 2017. godini krenuo je projekt „Maklavun, putevima gradina“ za kojega su rovinjskim srednjim školama putem javnog poziva Ministarstva turizma (za strukovne škole) odobrena sredstva za uređenje Maklavuna (određivanje staze do tumula), postavljanje signalizacije i info ploče, povezivanje Maklavuna s obližnjim arheološkim lokalitetom Mušego biciklističkom stazom te za promotivne aktivnosti (majice, video, letci...). Osim srednje škole Eugena Kumičića i srednje škole Zvane Črnja iz Rovinja, u projekt su bili uključeni i Općina Kanfanar, Turistička zajednica Općine Kanfanar te komunalno poduzeće Limska draga d.o.o. Prije navedenog projekta, nije bilo inicijativa vezanih uz ovo područje.<sup>81</sup> Maklavun kao i druge gradine mogli bi biti širi kontekst integriranog kulturno turističkog programa povezanog s Ilirima i njihovim naslijeđem u nematerijalnog baštini. Međutim gradine bi trebalo ostaviti kao drugi ili čak treći krug proširenje eventualnih sadržaja programa.

- **Jakovlja – lokalni događaj**

Stanovnici općine Kanfanar slave „Jakovlju“ obilježavajući dan sv. Jakova krajem srpnja. Događaj je izrazito lokalnog karaktera sa programom koji je usmjerena na sport i program KUD-ova s naglaskom na smotru volova kao glavnu atrakciju događaja. Moguće integrirati u program, ali trenutno premalo elemenata za isto.

## SADRŽAJ

- Narodna predaja - prema pričama Dvigrad je bio "**Grad zaljubljenih**" (tko je u njega došao izašao je iz grada još zaljubljeniji)
- **LEGENDA O OSNUTKU GRADA**

Ova legenda gradnju dviju utvrda tumači natjecanjem dvojice divova, odnosno braće blizanaca, međusobno i sa zmajem od Limske drage, oko lijepe ribareve kćeri. Zmaj se mogao pretvoriti u naočitog mladića, a divovi su, često izigrani, oglasili da će djevojku dobiti onaj koji prvi izgradi vlastitu kulu. To su i učinili preko noći, svaki na svojem brdu. No, djevojku ipak nisu dobili, jer je ona

<sup>80</sup> <https://www.dvegrajci.hr/crkvica-sv-antuna-opata-dvigrad/>

<sup>81</sup> Izvor Općina Kanfanar.

prestrašena mogućnošću da postane zatočenica u jednoj od kula izdahnula te joj je duša prešla u sirenu s kojom se kupala. Ovu legendu danas mjesno žiteljstvo poznaje.<sup>82</sup>

- **LEGENDA O ZAKOPANOM ZLATU**

Ova legenda ističe činjenicu da se za Dvigrad oduvijek smatralo da negdje ima zakopanog zlata. Tako su se jednom našla tri suradnika i odlučila kopati, kako bi našli blago. Kopajući su pronašli rupu u kojoj je bio vrč pun zlatnika, ali je na njemu sjedio vražić i od njih zatražio da mu u zamjenu za zlato daju njihove duše. Pohlepna družina nije imala vremena s njime se cjenkati i razmišljati o njegovoju ponudi, pa su ga htjeli otjerati s vrča, kako bi što prije ugrabili zlato. U trenutku kada su ga počeli vući za uši, uz veliku je buku 18 krila doletio veliki vrag, koji je trojicu udario šakom toliko snažno da se svaki od njih našao na drugom kraju Istre odnosno na tri različite strane poluotoka u obliku trokuta.<sup>83</sup>

- **LEGENDA O STIJENI SV. ANĐELA**

Legenda kaže kako je postojao običaj kojim su djevice, pogrešno optužene da to nisu, mogle dokazati svoju nevinost bacivši se sa stijene pokraj Dvigrada. Ukoliko bi pad preživjele smatralo se da su doista pogrešno optužene, a ukoliko nisu - nije bilo više njih, a optužbe su ostale onoliko dugo koliko je dugo sjećanje ljudi. Legenda govori o jednoj pogrešno optuženoj djevojci koja je odlučila dokazati nevinost bacivši se sa stijene. No umjesto da padne na tlo, legenda kaže da je preletila zrakom i „aterirala“ na stijenama koje se zovu Ladićevi krugi. Krug je inače lokalni naziv za stijenu. Kako su očevici ovakvog spektakularnog preleta komentirali da je djevojka preletila poput anđela, stijena su počela zvati stijena Sv. Anđela (ili krug Sv. Anđela).<sup>84</sup>

- **LEGENDA O NAZIVU KRUG SV. ANĐELA**

Također postoji i priča o dokazivanju nevinosti djevojaka koje bi se suočene s optužbama bacile niz stijene ponad Drage. (Stijena se nalazi u samoj blizini Dvigrada uz cestu kojom se iz Kanfanara dolazi u Dvigrad). Priča dalje govori o tome da se nevinost dokazala preživljavanjem pada, u suprotnom optužba bi bila potvrđena. *Jednom se desilo da je optužena, pošto se bacila sa stijene da dokaže svoju nevinost, preletjela Dragu i sletjela na Ladićeve kruge (na drugoj strani Drage stijene nasuprot). Kako su suci, vijećnici i sav puk vidjeli tu djevicu kako, kao anđel leti na drugu stranu Drage, nazvali su tu stijenu ili po domaću krug – „Krug svetega Anđela“.*<sup>85</sup>

- **LEGENDA O KUGI**

Legenda kaže da se kuga u obliku mlade djevojke prikazala jednom dječaku koji je živio s obitelji u Dvigradu. Djevojka mu je pristupila vrlo kasno navečer i molila dječaka da je odnese na stijenu Sv. Anđela kraj Dvigrada. Dječak je bio zabrinut kako će to učiniti jer nije bio toliko jak no djevojka mu je rekla da je ona vrlo lagana. I stvarno! Dječak uprtio „djevojku kugu“, odnio je na stijenu Sv. Anđela i tamo je ostavio. Prije povratka u Dvigrad „djevojka kuga“ je rekla dječaku: „Ja sam kuga, ako imaš koga od svojih u Dvigradu, hitno se vrati po njih i izvedi ih iz grada van jer će svi ostali pomrijeti“. Dječak se

<sup>82</sup> N., Petrić. (2015). KULTURNO-POVIJESNO NASLJEĐE DVIGRADA. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“. Pula. 17.

<sup>83</sup> N., Petrić. (2015). KULTURNO-POVIJESNO NASLJEĐE DVIGRADA. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“. Pula. 17. prema S., Bertoša. (2014.). Istarske priče i legende: primjer Dvigrada. Dvegrajski zbornik - zbornik radova sa znanstvenih skupova "Crtice iz povijesti Kanfanarštine" 2012. i 2013. (1849-4846), 2, 115-128.

<sup>84</sup> <http://www.dvegrajci.hr/price-i-legende/>

<sup>85</sup> N., Petrić. (2015). KULTURNO-POVIJESNO NASLJEĐE DVIGRADA. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“. Pula. 17.

vratio u Dvigrad, istog trena napustio grad sa svojom majkom, bratom i sestrom i otišao prema Kanfanaru. Po ovoj legendi upravo su oni prvi stanovnici Kanfanara.<sup>86</sup>

- **LEGENDA O ATILI U ISTRI**

Legenda kazuje kako je kroz svoje pohode Atila razorio, između ostalih gradova, i sam Dvigrad.<sup>87</sup>

- **LEGENDA O „KORUNI SVETOG TILA“**

U vrijeme kada je Dvigrad napušten i u gradu nije boravio nitko, postojala je opasnost da ne bi netko oskrnavio Sveti Tijelo u bazilici sv. Sofije. Stanje je provjerio i venecijanski inkvizitor i naredio da se Sv. Tijelo i posvećena ulja prenesu u novu župnu crkvu u Kanfanaru. To je trebao učiniti porečki biskup uz svečanu procesiju. No, kanfanarskom se župniku žurilo i on je to prenio sam. Drugog dana panika, Sv. Tijela više nije bilo u Svetohraništu, nestalo je. Uspaničeni župnik (plovan) i njegovi kanonici otiđoše do Dvigrada ne bi li možda tamo našli odgovor. Kad, pred Dvigradom, na jednoj njivi zvanoj Koruna (što znači ograđena njiva, ograda) nešto bliješti poput sunca. Bilo je to odbjeglo Sv.Tijelo. Preplašeni što se nisu držali naputka inkvizitora, sada su pozvali porečkog biskupa koji je u svečanoj povorci prenesao Sv.Tijelo koje od tada više nije nestajalo. Ta se parcela i danas zove Koruna Sv.Tila i nalazi se sa desne strane ispod zidina Dvigrada.<sup>88</sup>

Spomenute priče preporučljivo je integrirati u program koji bi pomoću njih umrežio druga mesta (ne nužno samo partnera na projektu) te potencirao prihode i produžio boravak gostiju. Scenariji uključivanja priče mogu se razraditi na razini storytellinga, međutim preporučljivo ih je predstaviti i kao dio osnovne interpretacijske infrastrukture (više u poglavljima 4.4. Opcije interpretacijskih proizvoda i 5. Akcijski plan).

---

<sup>86</sup> <http://www.swirl.bloger.index.hr/post/jedna-od-dvigradskih-legendi/3022666.aspx> (pristup 8.11.2017.) prema Bošković-Stulli, M. (1986). Zakopano zlato: hrvatske usmene pripovijetke, predaje i legende iz Istre. Pula: Čakavski sabor.

<sup>87</sup> Bošković-Stulli, M. (1986). Zakopano zlato: hrvatske usmene pripovijetke, predaje i legende iz Istre. Pula: Čakavski sabor. 200. / Njegovan, I. (2011). Mitovi i legende Istre i Kvarnera. Rijeka: List. 16

<sup>88</sup> <http://www.dvegrajci.hr/price-i-legende/>

## Svetvinčenat

Okolina:

- **Grad Žminj (stari Žminj)**
- **Crkva Svetе Foške kraj Žminja**

Crkva je sagrađena je 1729. godine o čemu svjedoči natpis na zidu apside. Zvonik je sagrađen naknadno u 1742. i 1743. godine. Posebnost crkve su prozori i lezene koji su u crkvu ugrađeni tijekom gradnje, s nekog drugog sakralnog objekta a datiraju iz 6.st. Inače na području Žminja i okoline bilo je nekoliko pretpovijesnih gradina, a ostaci naselja iz željeznog doba nađeni su i kraj crkve Sv. Foške. I grad Žminj i spomenuta crkva trenutno nemaju jakih poveznica sa krovnom temom destinacije te je potrebna dodatna valorizacija eventualno glagoljaških dokumenata ili natpisa za eventualnu poveznicu preko glagoljice i okoline Buzeta.

- **Špilja 'Feštinsko kraljevstvo' u blizini Žminja**

Špilja Feštinsko kraljevstvo nalazi se blizu Žminja, u selu Feštini. Naziv „kraljevstvo“ dodijelila su djeca zbog bogatstva oblika stalagmita, stalaktita, te posebnost njihovih boja od mlječno bijele do crvene i smeđe. Špilja je otkrivena slučajno, 1930. godine.<sup>89</sup> Špilja je uređena za turistički posjet s uređenim stazama od stotinjak metara. Špilja je otvorena tijekom ljetne sezone cijele dane, u pred i post sezoni vikendima. Ostalim mjesecima mogući je obilazak uz najavu. Zbog poveznice sa legendom da je spilja bila „dječje carstvo za igranje“ moga poveznica na eventualno na ture usmjerene djeci osnovnoškolskog uzrasta.

- **Roverija –Općina Svetvinčenat, oko Jurišića (između Vodnjana o Svetvičenta) → legenda o vampиру**

U nekoliko mjesta u Istri postoje slične legende vampirima, a Ive Rudan u knjizi „Istarskim raskrižjima“ zabilježio je legendu u Roveriji, dijelu Istre oko Jurišića (između Vodnjana i Svetvinčenta):

---

*U Roveriji je nekada živio Martin, zločest čovjek. Uglavnom je živio od sitne pljačke. Noću je ulazio u tuđe vinograde, kukuruze, kokošnjice i odnosio što se odnijeti moglo. Oko vlastite kuće postavio je niz „klopki“ u koje bi lovio zalutale kokoši od susjeda. Sve u svemu, ne baš omiljeni stanovnik Roverije. No kako je ostario i obolio, Martin je pozvao k sebi susjede i molio ih za oprost. I susjadi su oprostili bolesnom starcu, a udovoljili i njegovoj posljednjoj želji... da bude pokopan u crkvi. I stvarno, umro je Martin i pokopan je tamo gdje su mu obećali. I tada je počelo zlo u Roveriji, broj umrlih se strašno povećao i tako je bilo iz godine u godinu. Bez epidemija i nekih razloga koji bi to mogli objasniti. Pokušavši sve „metode“ da se riješe zla bez ikakvog uspjeha, Roverijci su se sjetili pokojnog Martina i posumnjali da je riječ o vampиру koji je za vrijeme života maltretirao sve oko sebe, a izgleda da nije prestao ni nakon smrti. I konačno se našlo par hrabrih muškaraca Roverije koji su otišli u crkvu, za dana*

---

<sup>89</sup> Špilja Feštinsko kraljevstvo <http://histrical.com/hr/g/atracije/festinsko-kraljevstvo/>

*otkopali grob od Martina i u njemu našli Martina, dobro uhranjenog krvlju. Proboli su Martina glogovim kolcima... I tada je Roverijom zavladao mir.<sup>90</sup>*

---

## SADRŽAJ

- **Povjesna jezgra Svetvinčenat**

Usred kaštela 1632. godine spaljena je "vještica" Marija Radoslović, lokalna travarka. Okrivljena je za vještičarenje zbog navodne ljubavne veze s jednim od Grimanija. „Stara mare (Marija) Radoslović, podrijetlom iz Zadra, uvezši u obzir „...to je žena najgoreg položaja, latalica i vještica koja običava jesti djecu, služeći se đavolskom vještinom, na propast i štetu vlastite duše i na uvredu bližnjega..., osuđuje se na vješanje za grlo, tako da umre i njezin leš neka izgori do se ne pretvori u pepeo.“<sup>91</sup>

Vještica Mare je svakako centralni lik u uprizorenjima koja se odvijaju u Kaštelu te se isto tako otvorila i Kuća vještice Mare. Trenutno je taj lik dovoljno snažna poveznica sa krovnom temom te ga je moguće povezati sa travarstvom i ljekovitim biljem tj. Karolininom kućom u Buzetu.

- **"Trka na prstenac"**

1713. u Svetvinčentu bio je na alci 21 natjecatelj. Pobjednik je bio nepoznati konjanik s oklopom i nitko nije znao tko se krije ispod tog oklopa. Svi su jedva čekali službeno proglašenje pobjednika i uručenje nagrade jer je tada, a po pravilima alke, pobjednik trebao dignuti vizir i pokazati svoj identitet. No, on je odbio primiti nagradu i žurno odjahao. Tako je nastala priča koja se pokoljenjima starih Istrijana prepričavala i za koju tvrde da se konjanika još i stotinjak godina nakon ove alke mogu vidjeti u šumama oko Svetvinčenta.

U Istri je, u Barbanu, u novije vrijeme uspješno obnovljena "Trka na prstenac". U Svetvinčentu se u prošlosti, kroz dugo razdoblje, na blagdan sv. Ivana Krstitelja 24.VI. (župni blagdan i glavni sajam) svake godine održavala slična viteška igra na konjima. Sačuvana su "pravila utrke" i popis natjecatelja iz 1713. godine kada se natjecao i nepoznati konjanik sa štitom i spuštenom rešetkom na kacigi (vizirom) i željeznim oklopom. Taj je i pobijedio.

Propisi:

- Konjanik mora imati dobrog konja sa sedlom, s uzdamama, potkovana na sve četiri noge, opremljenoga samokresima i ostalom potrebnom opremom.
- Vitez mora imati čizme, ostruge i sablju. Natjecatelju se ne pripušta konjanik koji nije ili plemić ili građanin nekog grada.
- Prilikom natjecanja konjanik mora uzde konju ostaviti nenategnute, konj mora trčati u galopu, ne smije smanjivati brzinu, osobito ne pod samim prstenom (alkom). U suprotnom pogodak se ne priznaje.
- Konjanik koji je uspio nataknuti prsten na koplje, treba da ga donese pred stol kako bi sudci mogli utvrditi pogodak. Ako vitezu nogu izađe iz stremena prije nego je pokazao prsten, ili ako mu prsten padne, ili mu padne bilo što od opreme, pogodak se ne priznaje.

---

<sup>90</sup> Njegovan, I. (2011). Mitovi i legende Istre i Kvarnera. Rijeka: List. 27.

<sup>91</sup> Statut Svetvinčenta, Angelo Ciuffardi, VIA, sv. 6-7, 1996 – 1997, UDK 34(497.5-2), str. 90.

- Ako bi vitezu makar samo šešir s glave ispaо, pogodak se ne priznaje.
- Ako se prsten natakne u sredinu, dobivaju se tri boda; ako u rupu na vrh prstena, tada bod i po; ako u jednu od dviju rupa sa strane, tada jedan pod.
- Tko pobijedi dobiva nagradu od četiri cekina.<sup>92</sup>

Ovu priču bi trebalo dodatno valorizirati i procijeni mogućnost povezivanja s krovnom temom, naime priča spada u dio interpretacijske strukture koji se odnosi na legende, međutim bila bi potrebna nadogradnja sadržaja koji se tiče „nepoznatog konjanika“.

- **Antonio Facchinetti – župnik u mjestu Svetvinčenat (djelo O Istarskim Slavenima 1847.)**

Eventualno u drugom krugu proširenja sadržaja koji se tiče Svetvinčenta, moguće koristiti lik Antonia Facchinetti u vidu pripovjedača, koristeći etnografske elemente njegovog dijela koji se mogu nadovezati na krovnu temu i povezati s Etnografskim muzejom u Pazinu.

- **Vještice i vukodlaci**

Prospero Petroni u svom izvještaju iz 1681. piše sljedeće.

---

*Dne 24.2.1632 kapetan Francesco Mladineo dao je najprije okrutno mučiti a zatim objesiti i spaliti kao vješticu neku Mariju Radoslović koja se ovamo s drugima doselila iz okolice Zadra. Starica je u silnim mukama "priznala" da je učinila stvari koje joj sigurno nikad u životu ni na pamet nisu pale.*

*Na Ivanje se zvonilo čitavu noć "protiv vještica". Jednom je konačno kapetan to zabranio, ali je narod digao bunu, svi su se strčali na trg i stali vikati: "Jadni mi, jadna naša polja i blago, sve će nam štrige uništiti".*

*Lijekova u stara vremena nije bilo "ni za lijek" pa se mnogo išlo vračarama u okolna mjesta gdje je taj zanat možda bolje cvao: u Kanfanar, Barban, Žminj. U samoj župi, nema svjedočanstvu svećenika, враčara nije bilo. Svećenici su inače bolesnicima davali "zapise", kratke molitve, koje su ovi nosili na sebi.*

*Bilo je i vjerovanja da se pojedini ljudi rađaju pod određenom zvijezdom ("pod sretnom zvijezdom"), a oni koji se rode s košuljicom ("vukodlaci") da idu duhom noću na raskršća ili po drugim kućama da naškode, najviše se na raskršćima sabiru da kvatre i tu se bore za obilje ili za manjak svakog pojedinog prinosa sa zemlje. Neki ljudi stoga u to vrijeme vole jesti češnjak vjerujući da ih miris češnjaka može oslobođiti od vukodlaka. Drugi pak umjesto toga na poseban način vezuju kosu i stare cipele. Vjeruje se da "vukodlaci" mogu i poslije smrti nanositi mnogo štete, zato čim netko od takvih umre, odmah ga ukopavaju i probadaju bijelim trnom.<sup>93</sup>*

---

<sup>92</sup> I., Milovan. (2016). Svetvinčenat. Pazin: "Josip Turčinović". 110-111.

<sup>93</sup> I., Milovan. (2016). Svetvinčenat. Pazin: "Josip Turčinović". 94

Ova tema je svakako dio strukture interpretacije predložene u poglavlju 4.4., te se odnosi na nadnaravno i mistično, koje ponovo možemo povezati sa sličnim temama i mjestima.

- **Gradska loža**

Gradska loža srednjovjekovna je građevina javne namjene, bitan element urbaniteta istarskih gradskih naselja. Građena je kao natkriveni prostor s jednostrešnim ili dvostrešnim krovom oslonjenim na arkade, kolonade ili puni zid. U njoj su se zaključivali poslovi i objavljivale važne odluke gradske uprave, a u nedostatku sudnice vodili su se i sudski poslovi (javna saslušanja, pomirbe, presude i sl.). U širem smislu, loža je svaki prostor u kojem se ostvaruje izravni kontakt građana i vlasti. Najčešće je loža izdvojena građevina, kao što je to slučaj u Svetištu. Početak prostorno-povijesnog razvoja loža pripada srednjovjekovnoj urbanizaciji, posebno razdoblju 12.-14.st., kada lože postaju središnje mjesto municipalne autonomije, na kojem se rješavaju bitni statutarno-ekonomski odnosi između predstavnika feudalaca i pučana. Od 15. pa sve do početka 19. st., kada odumiru posljednji instituti municipalne autonomije, lože su mjesta s kojih se puku objavljivaju važne odluke središnjih vlasti i na kojima vlast nadzire elemente lokalne ekonomije (porezi i dadžbine, trgovačke mjere, licence za djelatnost i sl.).<sup>94</sup>

Za gradsku ložu bilo bi dobro definirati „storytelling“ scenarij, koji bi povezivao eventualno proglašenje „vještici“ Mare i ulogu gradskih loža u Istri. Ovaj osnovni scenarij mogao bi se povezati sa drugima koji se tiču priča (povijesno utemeljenih) o događajima koji su vezani uz taj prostor, ali taj sadržaj je potrebno ostaviti za nadogradnju sadržaja destinacije.<sup>95</sup>

:

## Pazin

Širi kulturni kontekst i sadržaj :

- **Beram (crkva Sv. Marija na Škrilinah – freske, djelo Vincenta iz Kastva)**

U Bermu, mjestu pet kilometara od Pazina na cesti za Poreč, nalazimo freske u dvije crkvica - sv. Martina i sv. Marije na Škriljinah od kojih izdvajamo crkvu sv. Marije kao jaču poveznici s krovnom temom. Crkva sv. Marije na Škriljinah je gotička crkvica koja se nalazi kilometar sjeveroistočno od Berma. Najveći broj fresaka u ovom kraju djelo je Vincenta iz Kastva, koji je taj posao odradio 1474. U beramskim freskama zastupljeno je više autora. Tako je Majstor Plesa mrtvaca (iz Sv. Marije na Škriljinah) nedugo nakon izgradnje župne crkve oslikao lik sv. Martina. Sam Vincent je bio organizator, ugovarač i glavni slikar u crkvi sv. Marije na Škriljinah. Imao je i dva pomagača majstora, od kojih je jedan naslikao poznati Ples mrtvaca.<sup>96</sup> Ples mrtvaca je dijelom i ikonografski prikaz koji uprizoruje

---

<sup>94</sup> Istarska enciklopedija, gradska loža <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1046>

<sup>95</sup> Potrebno je računati da postoji nekoliko krugova proširenja sadržaja destinacije. Svako proširenje potrebno je promisliti u kontekstu ljudskih, materijalnih i finansijskih resursa dostupnih unutar sustava upravljanja destinacijom. Međutim isto tako svako proširenje (sadržajno i prostorno u vidu uključenja drugih partnera) izvrstan je element za marketinšku promociju i alat koji se koristi u svrhu „osvježivanja“ destinacije i ponovnog stavljanja u fokus posjetitelja.

<sup>96</sup> Istrapedia, Freske u Bermu, <http://istrapedia.hr/hrv/1559/freske-u-bermu/istra-a-z/> prema Istarske freske, urednik: Miodrag Kalčić, Istarska županija, Željko Bistrović, Šareni trag istarskih fresaka, Istarska županija, 2011.

simbole i likove prisutne u srednjovjekovnoj Istri poharane čestim epidemijama kuge. Upravo je kroz interpretaciju ikonografskih elemenata freske mogu integrirati u kulturno turistički program. Naime kuga je tema koja se lako povezuje sa pričom o propasti Dvigrada i općenito praznovjerjima. Ikonografija, vezanom uz kugu, može postati podloga za vizualizaciju nekih dijelova krovne interpretacijske teme.

- **Motovun (Veli Jože)**

Motovun, srednjovjekovni gradić značajnog položaja na turističkoj mapi Istre, poistovjećuje svoju prepoznatljivost i sa divovom Veli Jože, likom iz priče Vladimira Nazora, temeljenoj na folklornim mitovima i narodnim pričama Istre. Općina Motovun u suradnji s TZ-om organizira Festival divova točnije „Dane Veli Jože“ kao festival velikog broja događaja orijentiran na ciljane posjetitelje, obitelji. U kreiranju sadržaja sudjeluje i Udruga Istra Inspirit te se Festival divova može gledati kao jedan od proizvoda koji je moguće proširiti na druga mjesta (nekoliko mjesta sa „svojim“ divovima). Tema i događaji prirodno spadaju unutar integriranog kulturno turističkog programa i potrebno ih je povezati ili kroz proizvode (storytelling ture) i kasnije eventualnu interpretacijsku infrastrukturu (ploče, web, aplikacije, igrafičke i sl.)

- **Lindar**

Lindar je tipično istarsko manje mjesto na uzvišenom području, gdje su i danas vidljivi ostaci lindarskog Kaštela (lokalno „Forteca) s istaknutom kulturnom baštinom u vidu fresaka u crkvi sv. Katarine. Freska datira iz 1409. godine i uprizoruje „Živi križ“ vrlo rijetki ikonografski prikaz Isusova raspeća s križem prikazanog kao ljudskim rukama koje vrše dodatne radnje, prikaz je pun alegorija i takav prenosi nekoliko odvojenih priča vezanih uz postanak kršćanstva, židovstvo i srednjovjekovno poimanje podjela na ispravno i grješno. Povezanost ovog mjeseta sa krovnom temom svakako se može izgraditi na temelju opće srednjovjekovne ikonografije koja je prisutna i na fresci u vidu mnogih elemenata, a naročito prikaza đavla (koji ima i komične elemente).

- **Selo Kringa (između Pazina i Svetvičenta) → legenda o istarskom vampиру Juri Grandu**

Izvornu priču o najpoznatijem i najstarijem po imenu zabilježenom europskom vampиру, prvi je zapisao slovenski putopisac Johan Weikard Valvasor u svom djelu "Slava vojvodine Kranjske" (izvorni naslov je "Die Ehre des Herzogthums Krein", a knjiga je prvi put objavljena 1689. godine).<sup>97</sup>

---

*Neobična, čak i stravična zgoda, bilježi Valvasor pri povijedanja mještana Kringe, zbila se 1672. godine, a prethodilo joj je šesnaest godina tajanstvenih zbivanja, terora i straha. Naime, 16 godina prije tog događaja umro je i pokopan na mjesnome groblju jedan od rođenih Križanaca imenom Jure Grando. Nedugo nakon pokopa pokojnik se počeo ukazivati mještanima, viđali su njegovu utvaru kako luta selom, čak i kako kuca na vrata nekih kuća. Da iza te pojave stoje zle sile, mještani su postali svjesni*

---

<sup>97</sup> Njegovan, I. (2011). Mitovi i legende Istre i Kvarnera. Rijeka: List. 26.

*nakon što bi u kućama na koje je utvara Jure Granda kucala, nakon nekoliko dana netko naprasno preminuo. I njegova se udovica žalila seoskom glavaru Mihi Radetiću da ju pokojni muž često noću posjeće, maltretira, čak i siluje. Pokojni Jure Grando postao je prava napast za selo a čak je 16 godina trebalo da se mještani ohrabre i nešto poduzmu. Tako je jednog dana župan Miho Radetić okupio "grupu srčanih ljudi" i poveo ih na groblje s namjerom da iskopaju Jurino tijelo te da ga probodu glogovim kolcem i okončaju razdoblje straha i terora. Devetoro mještana je noseći baklje i raspelo došlo do groblja, otvorilo ga, i zaprepastilo se vidjevši da je pokojnikovo lice rumeno, štoviše, da im se smije. Preplašena devetorica brzo se razbježala no župan Miho ih je opet sakupio i poveo natrag do groba. Duhovnik kojeg je župan Radetić pozvao progovorio je nad otvorenim grobom držeći raspelo: "Gledaj, štrigone, tu je Isus Krist koji nas je otkupio od pakla i za nas umro. A ti, štrigone, ne možeš imati mira" - nastavio je s nekim, piše Valvasor, egzorcističkim formulama, a "sablasti su pritom navrle suze na oči". Zatim su mrtvom tijelu pokušali "protjerati zašiljeni kolac od bijelog gloga kroz utrobu" ali im to nije polazilo za rukom: od "tvrdog trbuha" kolac se neprestano odbijao. Naposljetu mu je jedan od mještana, imenom Stipan Milašić, sjekirom odrubio glavu; mrtvac je na to kriknuo a grob se napunio krviju. "Časna gospoda egzekutori" su nakon toga zatvorili grob i Kringa je od toga dana imala mira: utvara Jure Granda nije se više pojavljivala.*

Priča se može nadovezati na sličnu koja se veže uz Svetvinčenat i štrige i vukodlake te povezati s Kućom istarskih priča i legendi. Tijekom izrade detaljnoj interpretacijskog plana, kao i plana upravljanja destinacijom potrebno je definirati opcije uključivanja sela Kringa, da li kroz interpretaciju u prostoru u samom mjestu ili negdje drugdje ili pak stroytelling proizvode.

## SADRŽAJ

- **Legenda o nastanku Pazinske jame**

*Postoje u narodu priče koje govore kako su nekada davno u Istri zajedno živjeli divovi i ljudi. Najveći među njima, istovremeno i poglavari, bio je Ban Dragonja, velik kao planina. Kako su dijelovi Istre bili pod jezerima i močvarama, a drugi dijelovi sušni, zamoli su ljudi Bana da im podari vodu, da mogu obrađivati zemlju. Najveći div bijaše dobre volje, pa je zaorao svojim ogromnim volovima i plugovima, te stvorio brazdu od jezera do mora u kojoj se otvorila rijeka, koju je nazvao po sebi. Tako nastade Dragonja. Učinio je i drugu brazdu, koju je nazvao po svojoj ženi. Tako nastade Mirna. Nakon što je počeo raditi na trećoj brazdi, koju bi po svojoj kćeri nazvao Draga, s Pazinskog kaštela mu se počela podsmjehivati i rugati žena pazinskog kapetana. Upitala ga je zar je tako star da tako plitko i krivudavo ore, na što se div razlutio i naprasno prekinuo posao. U tom času je nedovršenom brazdom navalila voda, htijući poplaviti kompletnu pazinsku kotlinu. Ljudi su pohitali Dragonji da ga mole za pomoć, a začuo se i plač majki i djece. Smilovao im se Ban, udario nogom u zemlju, točno pored pazinskog kaštela, gdje se otvorila ogromna jama, koja je uvukla sav višak vode u sebe, te je problem bio riješen. Na mjestu treće brazde nastala je krivudava Pazinčica, koja ponire upravo u Pazinskoj jami.<sup>98</sup>*

Legenda je dio moguće strukture interpretacije kako je prikazano u poglavlju 4.4. te je prema ukupnoj valorizaciji neizostavni dio stvaranja jasne slike o divovima u narodnoj predaji, te vrlo bitan element u promociji i prodaji.

<sup>98</sup> D. Šišović, 2004, „Kako je nastala Pazinska jama, Franina i Jurina, str 24-25- <http://www.istrapedia.hr/hrv/1707/legenda-o-nastanku-pazinske-jame/istra-a-z/>

- **Starogradsk jezgra Pazina**
- **Prolaz Vincenta od Kastva (slikar)**

Vincent iz Kastva gotički je slikar, koji je 1474. godine bio voditelj radionice nekoliko majstora koja je 1474. oslikala grobljansku crkvu Svetе Marije na Škrilinah kraj Berma. Ime glavnog majstora je zapisano na natpisu nad bočnim vratima crkve. Koristio se velikim brojem detalja i žanr-motiva, te je ispunio svaki slobodni dio zida. Kao što je ranije rečeno, prikazi se mogu povezati sa krovnom temom integriranog kulturno turističkog programa (a kao dio Muzeja na otvorenom) na način da se istakne ikonografija srednjeg vijeka koja se veže uz smrt, kugu i praznovjerje Istre. Shodno tome posjetitelja bi se trebalo navodi uz Beram, na najmanje dva druga lokaliteta Dvigrad (kuga) i Hum (glagoljica).

- **Franine i Jurine**

Jurina i Franina istarski je kalendar koji kao godišnjak s prekidima izlazi od 1922., prvi svezak objavljen je krajem 1922. godine. Izlazio je do 1929. godine kada je zabranjen od strane talijanske fašističke vlasti. Kalendar ponovo počinje izlaziti 1952. do 1995. godine (4 godine kao revija) kada se gasi naklada. 2001. godine izdavačko poduzeće Reprezent d.o.o. ponovo pokreće godišnjak, s najavom da nakon 2018. godine više neće biti nakladnik godišnjaka.

Naslov potječe od imena likova Jurine i Franine, istarskom čitateljstvu dobro poznatih komentatora suvremenih prilika (likovi iz viceva). Kalendar je od početka konceptualski bio namijenjen širokom istarskom, mahom seoskom, čitateljstvu te je uživao veliku popularnost. Neizbjeglan popratni dio kalendara, a koji se uvijek donosi na početnim stranicama knjige, sadržava mjesecni raspored uobičajenih radova na selu, vremenske prilike prema stoljetnom kalendaru, kretanje Sunca i Mjesečeve mijene. Dodatak kalendaru su osobna narodna i kršćanska imena, popisi blagdana te, iako ne u svim godinama, glavni događaji iz prošlosti. Redovito se objavljuje i razgovor junaka Jurine i Franine. Publikacija donosi poljoprivredne, veterinarske, zdravstvene i pravne savjete, a osobito u starijim godištima, piše o održavanju osobne higijene, održavanju kućanstva i seoskoga gospodarstva, pravilnom odgoju djece i sličnim edukativnim sadržajima. Svoje mjesto nalaze i narodne mudrosti, poslovice, šale i dr. oblici usmenoknjiževnog stvaralaštva. Svoju prosvjetiteljsku ulogu kalendar je ispunjavao objavljivanjem kraćih djela istarskih i dr. hrvatskih književnika, a kraći su eseji redovito posvećeni povijesnim, zemljopisnim, turističkim, gospodarskim, sociološkim, etnološkim, antropološkim, religijskim, književnim, glazbenim, likovnim, sportskim, ekološkim, gastronomskim i dr. temama smještenima u zavičajni ambijent. S osuvremenjivanjem tiskarstva kalendar je grafički sve opremljeniji, a birane fotografije dočaravaju svijet istarskih sela u prošlosti i sadašnjosti. Novo vrijeme nameće nove teme i probleme u objavljenim esejima i člancima, ali kalendar, usmjeren na informiranje, savjetovanje, poučavanje i razonodu, i dalje svojim stilom i razinom ostaje pristupačan najširem krugu čitatelja.<sup>99</sup> Godišnjak je svakako jedan od čuvara riznice kulturne i etnografske baštine Istre, važnost godišnjaka nije samo u neupitna u kontekstu utjecaju na istarsko stanovništvo u vidu savjetovanja o životnim temama, već i u vidu bilježenja narodne predaje i istraživanja kulturne i povijesne baštine. Jedna od ulica koja bi trebala biti obuhvaćena projektom Muzeja na otvorenom u Pazinu s nazivom Franine i Jurina svakako treba napraviti poveznicu i sa krovnom temom kroz dva lika prijavljajuća te likove

---

<sup>99</sup> Istarska enciklopedija, Jurina i Franina, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=3196>

Franinu i Jurinu kao jednim od mogućih „vodiča“ u Muzeju na otvorenom uz „kozu pripovjedačicu“ kako je predloženo vizualnim rješenjem IstraInSpirit. Poveznicu sa samim godišnjakom biti će zahtjevno definirati u formi zanimljive anegdote (u slučaju usmene interpretacije) međutim može biti itekako dobro interpretirano u vidu prostorne interpretacije sa poveznicama (QR code) na dodatni zanimljivi sadržaj.

- **Veli Jože**

Veli Jože div je iz hrv. istarske mitske predaje. U "Divovi Peru noge" pučki kazivač priča: »Jedan sedi poli brdce, a drugi na Svetoj Katarini i noge si peru u Brusnu, u potoku. Jednoga su zvali Veli Jože«, a u "Divovi grade toranj": „*Su bili neki veli i jaki judi. Kad su zidali turan u Mutunu i u Buzetu i crekvu pod grotu, da su si bat posujivali jedan drugomu. Jedan je bi u Mutunu, a drugi u Svetom Štefanu i su si preko drage davali bat. I žene su bile jake, pa su na glavi nosile kolonu od crikve, a na hrbatu otroka i još su po putu plele hlače*“.<sup>100</sup> Najpoznatija je umjetnička obradba lika Velog Jože u istoimenoj priči Vladimira Nazora. Usmena je predaja djelovala na pisca, ali je i umjetnička slobodna obradba teme povratno nadahnjivala narodnu predaju sve do naših dana. Veli Jože svojom simbolikom i metaforičnošću i bajkovitošću upućuje na vječnu borbu Dobra i Zla, na sudbinu istarskog Hrvata tijekom povijesti pa do novijega doba. Veli Jože utjelovljuje težnju i potragu za pravdom i slobodom, a suprotstavljen je nasilju, mraku i tlaci.<sup>101</sup>

Prema legendama, Istra je u prošlosti osim ljudi imala i mnoštvo divova, koje su mali ljudi iz pakosti otrovali, ostavivši po jednog u svakom gradu da im služe. Tako su divovi obrađivali polja, krotili divlje zvijeri i radili druge najteže poslove, uz prijezir i omalovažavanje od strane patuljaka. Upravo ove legende su bile i inspiracija Vladimиру Nazoru za priču „Veli Jože“. Veli Jože je pripadao Motovuncima, koji se prema njemu nisu lijepo ponašali, a najviše što im je div mogao učiniti nakon što bi mu učinili štogod nažao, bilo je da protrese motovunski zvonik. Jednog dana su ga poslali u Veneciju, pa je na brodu upoznao galijota Iliju, koji mu je prenio značenje slobode. Galija je nestala u oluji, Jože se spasio, te isplivavši na istarskoj obali potražio je ostale divove, nagovarajući ih na pobunu. Kada su se domogli slobode, ljudi su ih ipak uspjeli zavaditi i podijeliti, a sve zahvaljujući vinu i zlatu. Divovi su iskopali zlato i njime počeli plaćati svoje kmetove. Zbog pohlepe su se posvađali, a Jože je u ljuntnji zapalio štalu sa žitom. Bio je nezadovoljan podjelom pronađenog zlata. Na kraju su svi ponovno postali sluge u svojim gradovima, a Veli Jože je jedini napustio Motovun i zauvijek otisao ne želeći ponovno postati nečiji sluga.<sup>102</sup>

Iako je lik Veli Jože snažno vezan uz Motovun, grad Pazin kao grad književnosti može napraviti poveznicu na književnost preko lika Veli Jože, tj. Vladimira Nazora. Ne zaboravimo da bi u tom slučaju Motovunu tako trebala biti poveznica na grad Pazin, ali i obratno. Interpretacija u prostoru Muzeja na otvorenom trebala bi upoznati posjetitelje s folklornim mitovima Istre, tj. svijetu divova preko linka Velik Jože.

<sup>100</sup> Bošković-Stulli, M. (1986). Zakopano zlato: hrvatske usmene pripovijetke, predaje i legende iz Istre. Pula: Čakavski sabor. 210-211.

<sup>101</sup> Črnja, Z. (1971). Zaspal Pave. U Hrvatski Don Kihoti. Rijeka: "Otokar Keršovani,".

<sup>102</sup> Njegovan, I. (2011). Mitovi i legende Istre i Kvarnera. Rijeka: List. 30-31.

- **Valvasorova ulica**

Johann Weickhard Valvasor krenuo je 1658. na putovanja po zapadnoj Europi i Sredozemlju (Njemačka, Engleska, Francuska, Italija, sjev. Afrika). Kao jedan od zapovjednika bana Nikole Šubića Zrinskog sudjelovao je u tzv. Šestom austrijsko-turskom ratu u Vojnoj krajini. U domovinu se vratio 1672., kad se oženio Annom Rosinom Grafenweger, te je s njom kupio gradove i gospoštije Bogenšperk kraj Litije, Črni Potok, razvaljeni grad Lichtenberg i kuću u Ljubljani isplativši polovicu cijene kupljenih posjeda, što je bilo djelomičnim razlogom njegova kasnijeg bankrota. Nakon niza umjetničkih, kartografskih i putopisnih djela tiskanih u Bogenšperku, u suradnji s Johannom Ludwigom Schönlebenom krenuo je u projekt objavljivanja povijesti i mjestopisa Koruške, Kranjske i susjednih zemalja, zbog čega je osobno obilazio sva važnija naselja tih krajeva skicirajući, mjereći i skupljajući podatke o njima. Djelo je neiscrpan izvor podataka povjesničarima, arheolozima, povjesničarima umjetnosti, etnolozima, geografima, botaničarima, biolozima, zoologima, te znanstvenicima koji se bave Kranjskom, ali i Hrvatskim primorjem i Istrom. Ostala polja njegova znanstvenog angažmana priskrbila su mu članstvo u British Royal Geographical Society. Prekomjerni su ga troškovi, međutim, doveli do bankrota, pa je redom prodavao gotovo sva svoja imanja, a knjižnicu je i grafičku zbirku, kako Kranjski zemaljski staleži za njih nisu pokazali zanimanje, prodao zagrebačkomu biskupu Aleksandru Ignaciju Mikuliću. Naposljetu je prodao i kuću u Ljubljani, te se preselio u Krško, gdje je i umro.<sup>103</sup>

Valvasor rad je prije svega izvrstan izvor za vizualizaciju pojedinih područja direktno kroz interpretaciju ili uprizorenja događaja ili indirektno kroz formiranje suvenira. Radi specifičnije veze sa krovnom temom potrebna je dodatna valorizacija njegovog rada.

- **Bune kmetova**

### **PAZINSKA BUNA POČETKOM 15. STOLJEĆA**

Smrt Alberta IV Goričkog (grof Pazinske grofovije) 1374. god. označila je kraj jednog perioda u životu Pazinštine. Naime, naslijednim ugovorom ta je feudalna gospoštija pripala austrijskim vojvodama Habsburg, koji postepeno jačaju i šire svoju vlast u centralnoj Europi i dalje. Prigodom preuzimanja Leopold Habsburg potvrdio je u ispravi da će poštovati stara prava i običaje svećenstva. Međutim, odmah se na početku pokazalo kako se dotadašnji način upravljanja neadekvatan prilikama, i da su stari običaji i prava u suprotnosti s interesima feudalaca. Iz pobune koju su pazinski seljaci 1407. ili 1408. god. podigli protiv Gallenberga i silovitim napadom na pazinsku tvrđavu uspjeli iz nje izbaciti i „kapetana“ i „posadu“. Bunt pazinskih seljaka bio je tako snažan udarac feudalcu na kakvog se nikada u kasnijim seljačkim bunama ne može naići. Uzroci bune morali su biti vrlo duboki kad se Walsee nije mogao osloniti na svoje naoružane ljude u pazinskoj gospoštiji, već je bunu morao ugušiti uz pomoć dovedenih čeških plaćenika.

Druge bude 1571 / 1573 / 1653 / 1712/ 1772 / 1848 – kmetstvo ukinuto.

„Pazinska pobuna svjedoči o postojanju svijesti o potrebi samopomoći radi vlastitog održavanja te se događaji vezani uz bune i pobune skladno uklapaju u opće tokove života Istre tog vremena.“<sup>104</sup> Ova rečenica vrlo dobro opisuje moguću kompatibilnost priča o povijesnim kmetovskim bunama (tipičnim

<sup>103</sup> Reisp, B. (1983). Kranjski polihistor Janez Vajkard Valvasor. Ljubljana: Mladinska knjiga.; Hrvatska enciklopedija, Valvasor, Johann Weichard <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=63795>

<sup>104</sup> Strčić, P. (1982). Pazin. Pazin: Skupština općine. 45-46.

za europski kontekst tog vremena) s kontekstom regije, samoočuvanja naglašavajući pritom posebnosti Istre (diferencijacija od ostalih krajeva RH). Međutim tema nije naročito kompatibilna s krovnom temom integriranog programa, naime osim materijala za uprizorenje gore spomenute priče eventualno u produkciji Istra Inspirit-a, temu kmetovskih ponuda izazovno je postaviti u kontekst mitologije, narodne predaje i sl. Svakako bi trebalo razmišljati o povezivanju V.Nazorove priče o Veli Jože i simbolici koja je prisutna tamo sa povijesnim događajima vezanim uz kmetstvo. Naime kmetstvo je element povezivanja sa europskim kontekstom srednjeg vijeka što utječe na mogućnost uvođenja univerzalnih tema bliskih posjetiteljima EU.

### **Jules Verne**

Jules Verne je književnik poznat po brojnim romanima pustolovne i znanstveno-fantastične tematike, čiji je jedan od začetnika. Zaokupljen znanstvenim otkrićima, dalekim zemljama, istraživačkim podvizima, oblikovao je žanr koji se poslije razvio do neslućenih razmjera te napisao 54 pustolovna i fantastična romana. U romanu Mathias Sandorf opisao je Pazin i Pazinsku jamu, odnosno Rovinj, u priči o ugarskom plemiću i uroti protiv austrijske vlasti, kojega zatvaraju u Kaštel, odakle s prijateljem uspijeva pobjeći. Spuštaju se u ponor, gdje ih zahvaća podzemna vodena bujica koja ih izbacuje uz obalu Limskoga zaljeva kraj Rovinja. Pustolovina se potom odvija i u Dubrovniku, na Siciliji, na Malti, u Gibraltaru. Pri ocrtavanju Pazinske jame vjerojatno se koristio putopisnim izvorima poput tekstova Charlesa Yriartea koji ga je oduševio i inspirirao opisom Pazinske jame i kaštela (iako sam Jules Verne nikada nije bio ni u Pazinu ni u Istri), u kojima su u 19.st. kolali opisi prirodnoga fenomena krškoga ponora. Kako bi saznao dodatne podatke, dopisivao se s tadašnjim pazinskim gradonačelnikom Giuseppeom Cechom.<sup>105</sup>

Uprizorenje tj. doživljaj temeljen na priči Jules Verne-a o bijegu plemića Sandorf-a iz pazinskog kaštela je jedan od proizvoda koje nudi Istra Inspirit na autentičnoj lokaciji pazinskog Kaštela. Uprizorenje je upotpunjeno s gastronomskim i enološkim doživljajem što ga čini zbog produkcije i organizacije složenijim kulturno turističkim proizvodom. Ipak potrebno je promisliti o uključivanju priče interpretacijski plan sa krovnom temom „piće, legende i mitovi“ budući da se radi o interpretaciji književnog dijela koji nema spomenutih elemenata.

### **Most Vršić**

Predaja o suvremenim događajima vezanima uz most („zlostavljanje“ mosta, nesretni događaji, lijepi događaji i šetnje, lijepi pogledi, mistične vizure u magli). Most je moguće uvrstiti u prijedlog kružne šetnice te je preporučljivo isto tako interpretirati ili suvremen događaje ili pogled koji se pruža na jednu i drugu stranu. Most je moguće povezati sa krovnu temu kroz interpretaciju *Duhovine – Killer Fog* kao dio mističnog unutar predložene strukture za interpretaciju.<sup>106</sup>

---

<sup>105</sup> Istarska enciklopedija, Verne, Jules, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2936>

<sup>106</sup> Više u: Boris Perić i Tomislav Pletenac, Fantastična bića Istre i Kvarnera, Vuković i Runjić, Zagreb 2008.

## BUZET

### Širi kulturni kontekst

- **Gradići Vrh i Sovinjak (legenda o zakopanom blagu)**

Pitoreskni istarski gradić Vrh prvi se put spominje u pisanim izvorima 1195. Bio je dio feudalnog posjeda sa središtem u Sovinjaku koji je pripadao akvilejskim patrijarsima, zatim Pazinskoj knežiji, a od 1508. Veneciji. Gradić ima župnu crkvu Uznesenja Marijina nalazi se na rubu naselja: izgrađena u 14.st., bila je obnovljena 1518. i ponovno 1927.<sup>107</sup>

Sovinjak je naselje 8 km jugozapadno od Buzeta. Smješten je u brdima iznad srednjega toka rijeke Mirne. Vlasnici feudalnog kaštela, koji se spominje 1195., bili su vazali akvilejskih patrijarha, a zatim je posjed postao dijelom Pazinske knežije. Uz kaštel (na položaju današnjega groblja, topnim Kaštel) razvilo se seosko naselje, koje je u 15. st., kad je kaštel prestao postojati, opasano bedemima. Urbanistička shema sastoji se od blokova i nizova kuća smještenih uz uzdužnu komunikaciju koja se na sredini proširuje u trg s crkvom. Župna crkva sv. Jurja izgrađena je 1927. na mjestu starije iz 1556. Ima renesansni zvonik, građen 1557. po akvilejskom modelu (glagoljski natpis uništen je 1921). Kasnogotička kapela sv. Roka (poč. XVI. st.), šiljasto-baćvastoga svoda, ukrašena je zidnim slikama koje je 1571. izradio Domenicus Utinensis (Dominik iz Udina). Od svjetovne arhitekture vrsnoćom se ističu žitnica iz 1647., s kamenim reljefom raspela na pročelju, te nekoliko očuvanih baroknih i klasicističkih stambenih kuća i palača. U Sovinjskom Polju crkvica je sv. Stjepana, a u Sovinjskom Brdu sv. Jelene. Obje se spominju 1580.<sup>108</sup>

I jedno i drugo mjesto povezani su s krovnom temom preko legendi o zakopanom blagu (više o temi dalje u tekstu). Također povezanost bi trebalo tražiti i na ikonografskoj razini fresaka te titularu sv. Roka (zaštitnik od kuge) i priči o kugi. Međutim potreban je oprez, i interpretacijskim planom jasnije odlučiti na koji način predstavljati legende o zakopanom blagu. Naime tema zakopanog blaga potencira vandalizam kao što je to slučaju i u Dvigradu. Stoga je strateška odluka u procesu definiranja sadržaja cijele destinacije je li će se legende o zakopanom blagu uopće spominjati.

- **Grad Hum**

Uz romaničku crkvu sv. Jerolima iz i freske iz 12. stoljeća, ovaj mali gradić povezan je s baštinom glagoljice kroz 3 natpisa i kompleks glagoljici kojim završava Aleja glagoljaša koja spaja Roč i Hum. Za ovaj dokument zanimljiva je i legenda o nastanku Huma tj. o gradnji gradova u dolini rijeke Mirne od strane divova koji su na kraju od preostalog kamenja sagradili i Hum. Potrebno je stoga gradić uključiti u ponudu eventualnog storytelling-a ili povezivanja kroz igrifikacije u prostoru. Interpretacijski plan i plan upravljanja trebali bi u slijedećem koraku dati jasniju sliku kako povezati glagoljicu za krovnom temom destinacije (nekoliko prijedloga u poglavlju 4.4.)

<sup>107</sup> Istarska enciklopedija, Vrh, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=3028> / prema K. Horvat-Levaj, Gradovi-utvrde sjeveroistočne Istre. Građevni razvoj i problemi revitalizacije, Buzetski zbornik, Pazin 1988, 12.

<sup>108</sup> Istarska enciklopedija, Sovinjak, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2551> (pristup 25.11.2017.) prema M. Bertoša, Mletačka Istra u XVI. i XVII. st., I-II, Pula 1986; K. Horvat-Levaj, Gradovi-utvrde sjeveroistočne Istre. Građevni razvoj i problemi revitalizacije, Buzetski zbornik, 1988, 12; B. Fučić, Freske u Sovinjaku, ibid., 1989, 13.

#### ▪ **Grad Roč**

Povezan sa Humom i Buzetom baštinom glagoljice, točnije predstavnike te baštine. U crkvi sv. Antuna ispisan je glagolski abecedarij te se svake godine u Roču održava glagolska akademija za učenike osnovnih škola. Roč je bio središte hrvatske pismenosti u 15. i 16. stoljeću, ali nakladništva i tiskarskog zanata. Potrebna je dodatna valorizacija radi integriranja u kulturno turistički program destinacije, prije svega Lucidara, srednjovjekovne enciklopedije (znanja i vjerovanja o materijalnom i duhovnom svijetu) kojom su se služili glagoljaši. Prisutnost srednjovjekovnog praznovjerja prisutan i u objašnjenjima starohrvatskog prijevoda, te je ponovo dodirna točka i sa ostalim središtema europskog srednjovjekovlja.

- **Zakopano blago Marčenigle i Buzeta**

Sa starog grada Buzeta vidi se crkvica Sv. Ivana, u naselju Sv. Ivan. Sagrađena je 1634., a obnovljena u 19.st. Vjerojatno je dobila naziv po izvoru Sv. Ivan, jednom od izvora koji čine rijeku Mirnu. (Danas na ograđenom prostoru Istarskog vodovoda Buzet.) Jedna legenda o zakopanom blagu tiče se upravo područja između crkvica Sv. Ivan i Sv. Jelene. Legenda kaže kako se blago nalazi na mjestu s kojeg se vide križevi i zvona obje crkve. Također postoji legenda o zakopanom blagu u Marčenigli kraj Vrha. Na groblju Marčenigle nalazi se crkva Sv. Petra, a područje crkve i groblja zove se Opatija . Legenda kaže kako je između Opatije i Marčeneškog polja postojao podzemni tunel. Za vrijeme jednog od bjegova pred opasnošću, legenda kaže da je u podzemnom tunelu sakriven i veliki zlatni križ ogromne vrijednosti. I Sovinjština ima svoje legende o blagu. Legende kažu kako je blago zakopano iznad Mirne, negdje blizu sela Pračane i Beneži, ali i kako su stari stanovnici Rušnjaka tvrdili da blago pripada njima i nikom drugom.<sup>109</sup>

Kako je već navedeno, legende o zakopanom blagu svakako imaju jak turistički potencijal i turistička valorizacija u tom smjeru je neiscrpna kako po pitanju proizvoda i prihoda tako i po pitanju povezivanja s drugim mjestima u RH i izvan RH. Međutim ključno je imati stratešku odluku tijekom razvoja sadržaja koliko će se legende o zakopanom blagu isticati ili pak mistificirati, pri čemu se otvara prostor potencijalnom vandalizmu u prostoru.

#### SADRŽAJ

- **Subotina po starinski (grad pozornica –** Palača Moretti preuzet će dio predstavljanja baštine predstavljane tijekom tog događaja)
- **Rašporski kapetan i obitelj Foscari –** Jacopo Foscari kao „istaknuti problematičan član obitelji“
- **Obrtnici –** predstavljanje obrtničkih zanata (mogućnost povezivanja sa predloženom strukturon integriranog kulturno turističkog programa, istražiti djelo: **Tomo Vinčić**, z tradicijske baštine središnje Istre 1998./1999. (opisi tradicijskih zanata u središnjoj Istri). Potrebno je dodatno valorizirati opise zanata i eventualne elemente praznovjerja povezanog uz nadnaravno i mistično, a što je vezano uz početak rada, procese u zanatu i sl.
- **Nadnaravna bića – Mora, Krsnik (ikonografija bijeli i crni pas) , Štriga, divovi koji grade Buzet –** poveznica sa krovnom temom definirana je u dokumentu koji je izrađen unutar projekta Kultteria

---

<sup>109</sup> <http://www.swirl.bloger.index.hr/post/zakopano-blago-marcenigle-i-buzeta/1063586.aspx> ; prema Franina i Jurina 2008., Legende, priče i predaje s istarskog sjevera, Božo Jakovljević

„nadnaravna biča i pojave istarskih tradicijskim predajama“ od strane Etnografskog muzeja Istre.<sup>110</sup>

- **BUZET – priča o francuskoj grofici**

Smrt francuske grofice u Buzetu

Cijela priča započinje s nadgrobnim spomenikom koji se prije nalazio na buzetskom groblju, a danas je izgubljen. Navodno je na spomeniku stajalo „Rođena je u Parizu, umrla u Škrbini“, Matija Nežić, autor teksta objavljenog u Buzetskom zborniku br. 35, krenuo je za potragu za identitetom osobe za koju se da se zvala Adelaide de Bise Sambuch, a bila je rođena 1790. godine. Predaja kaže kako je lokaciju za gradnju vile izabrala sama grofica čim je stigla u buzetski kraj. Kada je bila izgrađena trokatna vila stanovnici su je odmah prozvali Velom hižom, a dio oko nje i danas se naziva Poli vele hiže. Od vile su danas ostale samo ruševine.<sup>111</sup> Priča nema potrebne elemente za povezivanjem sa krovnom temom te je za eventualno uključivanje potrebna dodatna valorizacija i eventualni pronalazak povoljnijih podataka za povezivanja.

- **Palača Moretti**

Palača Moretti nalazi se na zapadnom rubu starogradske jezgre, u vlasništvu Grada, te ima stambenu namjenu. Nekada jedinstvena arhitektonska cjelina sagrađena početkom 19. stoljeća, pravokutnog je tlocrta s podrumom čiji su unutrašnji zidovi ostaci bedema iz 16. stoljeća.<sup>112</sup> Sadržaj koji se očekuje u dijelu palače nije čvrsto definiran, međutim mogao bi se oslanjati na tradiciju starih zanata, čija su uprizorenja temelj kulturno turističkih događaja u gradu tijekom turističke sezone. U poglavlju 4.4. predloženi su elementi na koji način i kroz koje druge teme povezivati Plaću Moretti i krovnu temu, svakako jedan od glavnih elemenata je simbolika divova Istre i njihove „karakteristike“ koje kroz književna djela naglašavaju karakter Istrana. Poveznica se odnosi i na postav Etnografskog muzeja Istre u Pazinu.

- **Karolinina kuća**

Karolinina kuća nalazi se u istočnom dijelu starogradske jezgre, u neposrednoj blizini župne crkve Uznesenja Blažene Djevice Marije. Smještena je uz istočni rub naselja, naslanjajući se na ostatke istočnog bedema. Prema riječima mještana, u kući je do 1982. godine boravila gđa Dragica Lukić zvana Karolina, nakon čega je kuća u vlasništvu Grada, napuštena i prepuštena propadanju.<sup>113</sup> Sadržaj nije precizno definiran, idejna rješenja vezano uz uređenje su u izradi, poznat je opći sadržaj koji se odnosi na promociju i interpretaciju kuće ljekovitog bilja. Ova tema svakako se može vezati i uz krovnu temu kulturno turističkog integriranog programa i to na način da kuća i njeno okruženje budu poveznica između prirodnih karakteristika područja i običaja korištenja receptura u 19. i 20. stoljeću, te praznovjerja i mitologije koja je vezana uz isto (bolesti, liječenje, izlječenje). Kako je projektom predviđeno uređenje okoliša prilagođeno mlađoj publici bitno je izbjegći neprikladnu interpretaciju za predviđeni uzrast.

---

<sup>110</sup> Lidija Nikčević i Nikolina Rusac, „Nadnaravna biča i pojave u istarskim tradicijskim predajama“, 2017, Etnografski muzej Istre, str. 16, 22, 33, 34, 40, 52.

<sup>111</sup> M. Nežić. (2008). Škrbina – na kraju legende. Buzetski zbornik, 35.

<sup>112</sup> Preliminarni izvještaj o arheološkom istraživanju palače Moretti u starogradskoj jezgri grada Buzeta, Dženi Los, studeni 2017., str 4.

<sup>113</sup> Preliminarni izvještaj o arheološkom istraživanju Karolinine kuće u starogradskoj jezgri grada Buzeta, Dženi Los, studeni 2017., str 4

## 12 PRILOG 2: Primjeri povezivanja tema i mesta preko strukture interpretacije destinacije.

Divovi Istre – struktura interpretacija i prostornog i tematskog povezivanja unutar integriranog kulturno turističkog programa





Divovi Istre – primjer rasporeda sadržaja na interpretacijskoj ploči (postavljenoj s pogledom na Pazinsku jamu)

## Kada se DIV naljuti nastane Pazinska jama!

Priča o divu Dragonji....i nastanku Pazinske jame.  
Tekst: Više o našim divovima doznajte u Kući istarskih priča i legendi.

„Radna etika“ divova asocijacija na Istrane iz književnosti Vladimira Nazora(kratak tekst gdje kupiti knjigu) sa dokazima da su uistinu takvi – upute za posjet Etnografskom muzeju i gradu Buzet – Palača Moretti)



QR kod sa dodatnim tekstrom o Buzetu i sa radnim vremenom Etnografskog ili sl.

ZA AVANTURISTE!  
Freeclimbing na divovskim brazdama.  
Šetnja Psoglavčevim brdom u potrazi za blagom divova.



QR kod sa linkom na Outdoor Istra ili kartom gdje se može penjati / šetati.

Potrebno je naglasiti prijedlog koji se odnosi na ulogu interpretacijskih alata kao poveznice mesta i događaja izvan same krovne teme. Ono što je ključno u tom slučaju jest kružno povezivanje tj. na istim tim mjestima potrebno je posjetitelje i dionike upoznati s poveznicom. Sukladno tome potrebno je računati da

će u Buzetu postojati tako interpretacija koja će upućivati na Motovun ili Pazin i temu divova s naglaskom na radnu etiku divova i Istrana, ali i obratno (u Motovunu i Pazinu potrebno je prisustvo iste poveznice na Buzet).

Kuga u Istri – primjer moguće strukture interpretacije te prostornog i tematskog povezivanja unutar integriranog kulturno turističkog programa





Kuga Istre – primjer rasporeda sadržaja na interpretacijskoj ploči (mogućnost postavljanja u Dvigradu)

### Što kada baš ništa ne pomaže? Priča o kugi!

Ikonografija srednjeg vijeka povezana za kugom i smrću (eventualn povezati s ikonografijom štriguna)

Povjesne činjenice o kugi u Istri, RH i Europi. Praznovjerja vezana uz liječenje, utjecaj na društvena događanja.

Legenda o kugi - Dvigrad.

Podaci o suvremenoj epidemiji.

QR kod sa kartom i mogućnostima posjeta crkava sa značajnim freskama



Cjeloviti Interpretacijski plan trebao bi dati jasne smjernice koliko informacija na jednog ploči, ili unutar jednog događaja treba biti, kako bi se izbjeglo „zagrušenje“ posjetitelja s novim informacijama. Naime prije svega važno je prenijeti poruku, ne nužno pružiti veliki broj informacija koje se tada kod posjetitelja „ne stignu“ konzumirati. Interpretacijski plan stoga bi trebao biti strateški dokument koji će prije svega odlučiti što se želi prenijeti posjetiteljima zašto, kada i na koji način.

PRILOG 2: Primjeri povezivanja tema i mesta preko strukture interpretacije destinacije.