

# Kulturno-povijesna baština i turistički resursi otoka Sicilije

---

**Tomašić, Tamara**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:336483>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-28**



*Repository / Repozitorij:*

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -  
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and  
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Vlasta Stamičar

**KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA BELGIJE  
POD ZAŠTITOM UNESCO-A**

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Vlasta Stamičar

**KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA BELGIJE  
POD ZAŠTITOM UNESCO-A  
CULTURAL HISTORICAL HERITAGE OF BELGIUM  
ON THE LIST OF UNESCO**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

mr. sc. Ivan Hegeduš, viši predavač

Čakovec, 2022.

Čakovec, 25. ožujka 2022.

država: **Republika Hrvatska**  
Predmet: **Specifični oblici turizma**  
Grana: **5.01.06 opća ekonomija**

## **ZAVRŠNI ZADATAK br. 2021-MTS-I-105**

Pristupnik: **Vlasta Stamičar (0313024287)**  
Studij: **izvanredni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta**  
Smjer: **Menadžment turizma**

Zadatak: **Kulturno-povijesna baštine Belgije pod zaštitom UNESCO-a**

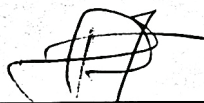
### Opis zadatka:

Belgija obiluje prekrasnim starim gradovima i starim dvorcima. Ima bogatu povijest i obiluje sa bogatom kulturnom-povijesnom baštinom i sa mnogobrojnim turističkim resursima. Neke od tih turističkih resursa prepoznao je i UNESCO te ih svrstao na popis svjetske kulturno povijesne baštine. Koji su gradovi ili određene gradske cjeline koje su uvrštene na navedeni popis? Kako i na koji način ih Belgija promovira i jesu li dovoljno uložili u promidžbu ili njima takva promidžba jednostavno ne treba? Koliko turista godišnje posjeti navedene lokacije i iz kojih zemalja dolazi najviše turista? Kako je pandemija utjecala na turističku ponudu Belgije i jeli se smanjio broj turista u navedenim područjima ili pandemija nije imala nikakav upliv na turističke rezultate? Koji segmenti turističke ponude a koji su pod zaštitom UNESCO-a donose najveću turističku dobit? Kakva je budućnost kulturno povijesne baštine Belgije i brine li se Belgija dovoljno da zaštiti svoju kulturno-povijesnu baštinu?

Zadatak uručen pristupniku: 25. ožujka 2022.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2022.

Mentor:



mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Predsjednik povjerenstva za  
završni ispit:

## **ZAHVALA**

*Zahvaljujem mentoru prof. mr. sc. Ivanu Hegedušu na brojnim stručnim usmjeravanjima, kvalitetnim komentarima, savjetima i bezrezervnoj potpori pri izradi ovoga rada.*

*Zahvaljujem svojoj obitelji, ponajviše kćerki Niki, na strpljivosti i razumijevanju za vrijeme izrade rada, kao i velikoj potpori tijekom samog studiranja.*

*Vlasta Stamičar*

## SAŽETAK

Belgija je zemlja zapadne Europe, jedna od šest zemalja inicijatora osnivanja Europske unije, u današnje vrijeme najpoznatija kao sjedište brojnih institucija Europske unije i NATO-a, a koje se nalaze u glavnom gradu Bruxellesu. Istovremeno, Belgija je emitivna, ali je prepoznata i kao receptivna turistička destinacija koja s obzirom na površinu od 30.688 četvornih kilometara ima značajan broj dobara kulturne baštine, nematerijalnoga kulturnog dobra i dobro prirodne baštine uvrštene na UNESCO-ov popis Svjetske baštine.

U ovom radu, deduktivnom i deskriptivnom metodom, primarnim i sekundarnim istraživanjem, detaljnije će biti prezentirani neki od lokaliteta i resursa kojima Belgija zauzima svoje mjesto na UNESCO-ovom popisu kulturnih, prirodnih i nematerijalnih blaga, kreativnih gradova i održivoga razvoja.

Belgiju povijesno karakterizira što se nalazi na razmeđu dviju kultura, germanskoj i romanskoj, a što je rezultiralo da je jezično podijeljena, tako da je na sjeveru nizozemsko govorno područje, na jugu se govori Francuski, a na istoku uz granicu s Njemačkom manji je dio njemačkog govornog područja. Glavni grad Belgije je Bruxelles, koji je dvojezičan te se govori i francuski i nizozemski odnosno flamanski.

Belgija ima bogato kulturno-povijesno nasljeđe i to je potvrđeno kroz četrnaest kulturnih dobara na UNESCO-ovom popisu Svjetske baštine u raznim dijelovima zemlje, kako Flandrije tako i Valonije, jednom prirodnom dobru te jedanaest dobara nematerijalne svjetske baštine, koja su uvrštena na popis od 1998. do 2021. godine.

Kako bi se istražila popularnost i zadovoljstvo Belgije kao turističke destinacije, kroz primarno istraživanje stavljen je poseban naglasak na iskustva hrvatskih turista. Naime, građani Republike Hrvatske još uvijek Belgiju uglavnom percipiraju kao emitivnu, a znatno manje je doživljavaju kao receptivnu turističku zemlju.

Na temelju prikupljenih sekundarnih podataka iznijet će se kratka analiza i uvid u postojeće stanje turizma u Belgiji. Evidentno je da udio putovanja i turizma BDP-a u Belgiji iznosi oko 14,9 milijardi eura u 2020. godini.

***Ključne riječi:*** Belgija, turizam, emitivna i receptivna turistička destinacija, UNESCO-ov popis Svjetske baštine, prepoznatljivost belgijskih turističkih lokaliteta, udio turizma u BDP-u

# SADRŽAJ

## SAŽETAK

1. UVOD.....	8
2. SVJETSKA KULTURNA BAŠTINA U BELGIJI .....	10
2.1. Dobra kulturne baštine .....	10
2.2. Nematerijalna svjetska baština i dobro prirodne baštine u Belgiji .....	11
3. Poimanje turizama, kulturnoga turizma i turističke destinacije.....	12
3.1. Definicije turizma .....	12
3.2. Kulturni turizam .....	13
3.3. Turistička destinacija .....	14
3.4. UNESCO, popis Svjetske baštine .....	15
4. Dobra kulturne baštine u Belgiji na svjetskoj listi UNESCO-a .....	17
4.1. Kulturna baština u Bruxellesu .....	17
4.2. Stari dio grada Bruggea .....	18
4.3. Prirodna baština i nematerijalna kulturna baština Belgije .....	22
4.3.1. Bukove prašume i izvorne bukove šume Karpata i ostalih regija Europe .....	22
4.3.2. Nematerijalna kulturna svjetska baština – pivska kultura u Belgiji (2016.) .....	22
4.3.3 Namursko nadmetanje na štulama — neopipljivo kulturno nasljeđe .....	23
4.3.4. Gent – Creativy city Network .....	24
4.3.5. Famenne — Ardenne UNESCO Global Geopark .....	26
4.3.6. Zaštita okoliša i održivi turistički razvoj — prioriteti u Belgiji .....	27
5. Analiza postojećega stanja turizma u Belgiji .....	28



5.1. Turizam u Belgiji tijekom pandemije koronavirusa (COVID-19) .....	28
5.2. Udio i prognoza udjela u BDP-u turističkoga sektora u Belgiji 2020. — 2025. ....	30
5.3. Smještajni kapaciteti — hoteli u Belgiji .....	30
6. Istraživanje percepcije Belgije kao turističke destinacije .....	31
6.1. Metodologija istraživanja .....	32
6.2. Karakteristika uzorka .....	32
6.3. Rezultati istraživanja .....	32
6.4. Ograničenja istraživanja .....	40
6.5. Zaključak istraživanja .....	40
7. ZAKLJUČAK .....	42
8. LITERATURA .....	44

## PRILOZI

## 1.UVOD

Na razini svijeta, posebice Europe, kultura i turizam su usko povezane, a time su značajne za međunarodni turizam obzirom da se bogato kulturno nasljeđe isprepliće u turističkoj ponudi i potražnji.

Belgija je zemlja Staroga kontinenta koja je u današnje vrijeme najpoznatija kao sjedište brojnih institucija Europske unije i NATO-a. U zapadnom dijelu Europe, Belgija na sjeveru graniči s Nizozemskom, na istoku s Njemačkom, jugoistoku s Luksemburgom te na jugozapadu s Francuskom i ima izlazi na Sjeverno more. Površinom se prostire na 30.528 četvornih kilometara te ima više od 10,8 milijuna stanovnika. Jedna je od najnaseljenijih zemalja u Europi sa 355 stanovnika po četvornom kilometru. Veći dio stanovnika, čak 60 posto su Flamanci (nizozemsko govorno područje), a 30 posto su Valonci (francusko govorno područje).

(<https://www.belgium.be/>).

U ovom radu, deduktivnom i deskriptivnom metodom, detaljnije će biti prezentirani neki od lokaliteta i resursa kojima Belgija zauzima svoje mjesto na UNESCO-ovom popisu kulturnih, prirodnih i nematerijalnih blaga te su poznati i posjećeni turistički lokaliteti. Tu su prvenstveno glavni grad Bruxelles s velikim trgom i arhitekturom s početka 20. stoljeća, zatim Stari dio grada Bruggea kao zaštićena cjelina. Prirodna baština su sačuvane bukove šume koje se prostiru na širem dijelu Europe, nematerijalno blago je pivska kultura u Belgiji, a jedno od neopipljivog kulturnog nasljeđa je namursko nadmetanje na štulama. Primjer sačuvanoga nasljeđa jest i Famanne Ardene UNESCO Global Geopark, dok je po održivom turističkom razvoju prepoznat grad Gent.

Pretpostavka ovoga rada jest potvrda turističke prepoznatljivosti Belgije kao receptivne zemlje. Uz već postojeće sekundarne izvore, ovim radom istražiti će se privlačnost i prepoznatljivost turističkih lokaliteta pod zaštitom UNESCO-a, belgijskih turističkih proizvoda i ponude. Isto tako, putem službenih online stranica Kraljevine Belgije dobiveni su relevantni odgovori o identitetu turističke ponude i turističkom tržištu Belgije, posjećenosti lokaliteta i gradova kao i mjerama koje se provode u turističkom sektoru i načinu turističke promocije.

Cilj ovog rada je analiza Belgije kao receptivne turističke zemlje, koja je bogata i prepoznata kroz kulturno - povijesnu baštinu. Rad je stoga koncipiran kroz nekoliko poglavlja.

Evidentno je da većina ljudi u Hrvatskoj Belgiju doživljava kao političko središte i gospodarski razvijenu zemlju emitivnoga turističkog prometa, a manje kao receptivnu turističku destinaciju. Stoga jest glavni cilj ovoga rada ukazivanje na sve bitne pojedinosti kulturno-povijesne baštine Belgije kao specifičnog oblika turizma i njenu zastupljenost na turističkoj karti Europe. Kroz iskustva hrvatskih turista nastojalo se istražiti popularnost, prepoznatljivost i posebnost lokaliteta Belgije, te koliko su isti atraktivni za putovanje.

Što se tiče strukture rada podijeljen je u sedam ključnih dijelova. Rad na početku u prvom dijelu kroz uvod daje osnovne pojedinosti vezane za pisanje rada. Drugi dio sadrži popis svjetske baštine u Belgiji, a to su 14 dobara kulturne baštine, jedno dobro prirodne baštine te 11 zaštićenih nematerijalnih dobara uvrštenih na Svjetski popis UNESCO-a.

U trećem dijelu rada iznose se definicije turizma, turističke destinacije, specifičnog oblika kulturnog turizma, te organizacije UNESCO.

Četvrti dio rada jest teorijski opis nekih od ukupno 14 kulturnih, zatim prirodnih i nematerijalnih belgijskih dobara uvrštenih na svjetsku listu pod okriljem UNESCO-a, a navedene su neke od znamenitosti Belgije.

U petom dijelu obrađena je struktura posjetitelja dobivena na temelju istraživanja podataka za 2020. i 2021. godinu te su, među ostalim, obrađeni turistički pokazatelji u Belgiji kao i primjeri smještajnih hotelskih kapaciteta. Uz to, prikazan je utjecaj svjetski pandemije COVID-19 na belgijske turističke rezultate i načini prevladavanja time uzrokovane turističke krize.

Šesti dio analizira popularnost Belgije kao receptivne turističke zemlje temeljem vlastito izrađenoga i provedenoga primarnog istraživanja. U istraživanju su obrađene ključne premise vezane za ovaj rada, kao što su cilj istraživanja, zatim metodologija, izvori te struktura rada. Sedmi dio je zaključak koji je dobiven prilikom istraživanja i pisanja ovoga rada. U radu, na samom kraju priložen je popis literature te popis priloga.

## 2. SVJETSKA KULTURNA BAŠTINA U BELGIJI

Konvencija o čuvanju svjetske kulturne i prirodne baštine prihvaćena je 1972. godine, te je na popisu Svjetske materijalne baštine do kraja 2020. godine uvršten 1.121 lokalitet. Takvim lokalitetima i baštinom može se pohvaliti i Belgija, koja je povijesno gledano najviše bila pod utjecajem dviju kultura, a što se reflektiralo na baštinu i tradiciju koja je sačuvana ostala u nasljeđe te su vremenom neka od njih uvrštena na Svjetsku listu. Belgija ima 14 dobara kulturne baštine, 11 nematerijalnih kulturnih dobara te jedno dobro prirodne baštine. (<https://whc.unesco.org/en/list/>).

### 2.1. Dobra kulturne baštine

U UNESCO-ovom Vodiču dobra kulturne baštine u Belgiji su:

- 1998. – na Kanalu Canal du Centre četiri ustave
- 1998. – u Bruxellesu, Veliki trg
- 1998. – u Belgiji i Flandriji nastambe Begina (Beginhöfe)
- 1999. – Belfried, srednjovjekovni zvonici karakteristični za Flandriju i Valoniju
- 2000. – u Bruxellesu, Art nouveau objekti Victora Horta
- 2000. – kod Spiennes (Mons) rudnici kremena iz mlađeg kamenog doba
- 2000. – Brugge, Stari dio grada
- 2000. – Katedrala Notre-Dame u Tournaiju ili Liebfrauenkathedrale
- 2005. – u Antwerpenu muzej tiskarstva Plantin Moretu
- 2012. – Valonski rudnici
- 2013. – Palača Stoclet
- 2016. – Arhitektonska djela Le Corbusiera, (zajedno s Argentinom, Švicarskom, Indijom, Japanom, Njemačkom i Francuskom)
- 2021. – Lječilišni grad Spa
- 2021. – Poljoprivredne kolonije, zajedno s Nizozemskom. (<https://whc.unesco.org/en/list/>).

## 2.2. Nematerijalna svjetska baština i dobro prirodne baštine u Belgiji

Nematerijalna svjetska baština Belgije u UNESCO-ovom Vodiču su:

1. Karneval Aalst (2010.)
2. Karneval Binche (2008.)
3. Koračnice Entre-Sambre-et-Meuse (2012.)
4. Anualni zimski sajam i stočna tržnica u selu Sint-Lievens-Houtem (Houtem Jaarmarkt)
5. svečanost kruha i vatre o svršetku zime u Geraardsbergenu naziva Krakelingen i Tonnekensbrand, (2010.)
6. Leuvenski generacijski repertoar (2011.)
7. u Oostduinkerkeu, lov na škampe s konjima (2013.)
8. pivska kultura u Belgiji (2016.)
9. procesijski divovi i zmajevi u Belgiji i Francuskoj (2008.)
10. u Bruggeu Procesija svete krvi
11. sokolarstvo (2012., 2021.)

te prirodno dobro

12. Bukove prašume u Karpatima i drugim područjima Europe (2017.). (<https://whc.unesco.org/>)

Slika 1. Karta Belgije, gradovi



Izvor: [https://bs.wikipedia.org/wiki/Modul:Location\\_map/data/Belgium/dok](https://bs.wikipedia.org/wiki/Modul:Location_map/data/Belgium/dok)

### 3. Poimanje turizama, kulturnoga turizma i turističke destinacije

Fenomen turizma je slojevit te se uz ekonomsku, najčešće naglašava njegova društvena funkcija. To prvenstveno znači da turizam pokreće velik broj ljudi koji iz raznih motiva svoje slobodno vrijeme i zarađena sredstva ulažu u putovanja, bilo da su ista unutar države u kojoj žive i rade (*domaći turizam*) ili da putuju izvan domicilne države (*inozemni turizam*).

#### 3.1. Definicije turizma

Poimanje odnosno riječ turizam izvorno se bilježi u engleskom i francuskom jeziku, te je riječ koja se dalje proširila kroz duge jezike.

Riječ *tourisme* u francuskom jeziku odnosno govoru zabilježena je 1816. godine, a njome su se imenovali engleski putnici (turisti) u Francuskoj. Gledamo li polazište riječi *tour*, iz engleskog je govornoga jezika, te kao imenica znači „putovanje, vožnja, obilazak“, a kao glagol „putovati“, „obilaziti“ i sl. Znanstvenici i stručnjaci koji se bave turizmom pokušali su iznaći sveobuhvatnu jedinstvenu definiciju turizma. Među njima navest ćemo neke od primjera.

Prema (Pirjevec, 1998), „za turizam može se reći da je skup odnosa i pojava nastalih prilikom putovanja i boravka putnika u nekom kraju, ukoliko taj boravak ne znači stalno preseljenje i nije vezano za stjecanje zarade.“

Prema (Antunac, 2001) „turizam skup odnosa i pojava, koji se događaju na putovanju i prilikom boravka posjetitelja na nekom mjestu, s time da se boravkom ne zasniva stalno prebivalište te ukoliko tim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“

Prema (Cicvarić, 1990) također se napominje da je „skup gospodarskih i negospodarskih odnosa i pojava može smatrati turizmom, da iste proizlaze putovanjem i boravkom izvan domicilne sredine i da potrošnja sredstava bude iz financija koje su ostvarene u mjestu stalnog boravka.“ .

### 3.2. Kulturni turizam

U Europi, kultura i turizam su usko povezane, a zbog svog bogatog kulturnog nasljeđa imaju dominantnu poziciju u međunarodnom turizmu. Upravo se za kulturno nasljeđe može reći da je najviše koncentrirano u naseljenim mjestima odnosno gradovima čime ono predstavlja temelj razvoja kulturnog turizma mnogih europskih gradova i zemalja.

Stvaranjem autentične ponude ostvaruje se prepoznatljivost na turističkom tržištu. Današnje turističko tržište ima mnogobrojne destinacije, a iste kao bi opstale trebaju kao destinacija biti posebne i razlikovati se od drugih. Formiranje kvalitetnog kulturno-turističkog proizvoda najbolje se može postići upravo kroz kulturu, njenu autentičnost i prepoznatljivost. Prema (Magaš i sur., 2018.) „poznato je da su kulturni resursi jedinstveni i neponovljivi jer ne postoje dva ista kulturna resursa ili dvije identične kulture. Zato su sve poznate svjetske turističke destinacije svoju prepoznatljivost na turističkom tržištu ostvarile zahvaljujući turističkim proizvodima temeljenim na kulturi i kulturnim resursima.“

Kultura je jedan od glavnih turističkih proizvoda, a uz prirodne ljepote, sport i rekreaciju oduvijek privlače brojne posjetitelje. Fenomen kulturnog turizma je emocija i doživljaj koju turist dobiva jedinstvenom atmosferom, obilaskom kulturno-povijesnih spomenika, zatim unikatnim scenama života na ulicama, festivalima i karnevalima. Materijalni i nematerijalni oblici kulture upravo su razlog zainteresiranosti turista za putovanje i upoznavanje određenog lokaliteta. Iz rečenog se može zaključiti kako kulturno-turistička atrakcija nije sama po sebi gotov turistički proizvod, već da bi takvom postala treba biti upotpunjena raznim dodatnim sadržajima i uslužnim djelatnostima. Znači, kulturna atrakcija je glavni kulturno-turistički proizvod, to su spomenici arhitekture, raritetne umjetnine, različite manifestacije ili posebne kulturno-turističke usluge. U kulturnu atrakciju svakako bi trebali biti inkorporirani dodatni kulturno-turistički proizvodi. To znači da se sveukupni kulturni turistički proizvod treba sastojati od više segmenata, među kojima su implementirane opće turističke usluge i ponuda koju provode turističke organizacije kao te razvijena prometna infrastruktura. Prema (Jelinčić, 2010) “znači da građevine ili predmeti iz prošlosti nisu same po sebi „kulturni proizvodi“ već je proizvod način njihove interpretacije.“ Kulturni resursi trebaju pružiti turistima emociju i

određen doživljaj. To znači da u turističkoj ponudi nije dovoljno ponuditi samo razgledavanje kulturno-povijesnih znamenitosti, muzeja, galerija i sličnih resursa, već od njega treba stvoriti atrakciju, emociju i doživljaj za posjetitelje. Prema (Cross, 2002) “za svaki kulturni resurs bitan je doživljaj, odnosno posjetitelju se mora omogućiti da “osjeti povijest” znamenitosti i da uživa u posjetu.“

Globalizacijski trendovi evidentni su u ekonomiji, politici, kulturi i na društvenim razinama, a najznačajnije promjene po tom pitanju događaju se u kulturi. Širenje popularne kulture i razvoj takozvane globalne kulture scene omogućuju razni načini i sredstva masovne komunikacije. Prema (Magaš i sur., 2018) može se zaključiti “da se civilizacijski identitet realizira kroz kulturu, baštinu i tradiciju nekog naroda, a s čime se ljudi poistovjećuju te su uzroci mnogobrojnih sukoba u svijetu. Upravo su kulturne distinkcije prema Huntingtonu (1997.) znatno važnije od ideoloških, političkih i gospodarskih.“

Uspješna realizacija turističkog zadovoljstva potiče se kroz stalna promišljanja vlastitog kulturnog identiteta u uvjetima stalne promjene. Upravo se kulturnim turizmom povezivanjem globalizacijskih trendova i zadržavanja vlastitoga identiteta, afirmiraju procesi koji imaju pozitivne efekte globalizacije na turizam. Povratak kulturi i korijenima, baštini i tradiciji kao raritetnoj ostavštini stvaraju se nove turističke vrijednosti.

### **3.3. Turistička destinacija**

Poimanje turističke destinacije, baš kao i pojam turizma, ima kompleksno značenje, ovisi o brojnim faktorima, utječe na razvoja prostora i društva te ima mnoga tumačenja raznih autora koji se bave turizmom.

Pojam destinacija odnosno korijen te riječi dolazi od latinske riječi “*destinatio*” što znači određenje odnosno krajnji cilj. Sagledavajući taj općeniti pojam destinacije, diversificiramo poimanje turističke destinacije koja po tome treba biti turistički organizirana i tržišno prepoznatljiva prostorna jedinica. Ista svojim turističkim proizvodima treba potrošačima nuditi cjelovito zadovoljenje turističke potrebe. Time destinaciju možemo definirati kao prostornu jedinicu obogaćenu komplementarnim turističkim sadržajima koji trebaju odgovarati interesima



turističkih korisnika, te istovremeno mora biti privlačna i kvalitetno opremljena za dolazak i boravak turista i to s ponudom koja će zadovoljiti sve njihove zahtjeve.

Prema (Bartoluci, 2013) „Svjetska turistička organizacija UNWTO, turističku destinaciju definira kao privlačno mjesto koje se posjećuje tijekom putovanja čime se razlikuju tri vrste destinacija: udaljenu, glavnu, motivirajuću.”

*Tablica 1 Klasifikacija destinacija prema UNWTO-u (Svjetska turistička organizacija)*

Udaljena destinacija	Najudaljenija je od domicila turista.
Glavna destinacija	Mjesto na kojemu turist provede najviše vremena na putovanju.
Motivirajuća destinacija	Mjesto koje turist bira kao primarno odredište svojega putovanja.

Izvor: Bartoluci, M. (2013) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb,

Prema rečenome za turističku destinaciju može se zaključiti da je prvenstveno prostorna jedinica koja će sadržajima i atrakcijama biti privlačna za dolazak potencijalnih turista te koja će svojom ponudom zadovoljiti sve njihove turističke potrebe. Turistička destinacija ne mora imati čvrste i jedinstvene prostorne odnosno fizičke granice, te se stoga destinacijama mogu nazivati čitave zemlje, regije, mjesta i manje lokacije.

### **3.4. UNESCO, popis Svjetske baštine**

Tijekom 20. stoljeća masovni turizam i socijalno-gospodarski pozitivni i negativni učinci na turističke destinacije rezultirale su izgradnjom lokalnih, regionalnih i nacionalnih te međunarodnih organizacija turizma. Turizmom se bave brojne međunarodne organizacije osnovane primarno iz drugih razloga, a s vremenom su se zbog pojave sve većih problema očuvanja prirodnih i kulturno-povijesnih lokaliteta počele baviti turizmom. Tako je primjerice s Ujedinjenim narodima (u daljnjem tekstu UN) koja je kao krovna svjetska organizacija, utemeljena zbog mira i sigurnosti u svijetu, počela se baviti i aspektima turizma. Pod okriljem

UN-a, osnovanoga 1945. godine, djeluju brojne druge organizacije koje izravno ili neizravno utječu na turistički razvoj u svijetu, a među njima je i Međunarodna organizacija za prosvjetu, znanost i kulturu (u daljnjem tekstu UNESCO).

Pod pokroviteljstvom UN-a održavaju se brojne svjetske konferencije i skupovi kako bi se uklonile prepreke bržeg turističkog razvoja. Prema (Ćorluka, 2019) „u tom kontekstu UN financira brojne studije te različite projekte na planu prostornog uređenja te zaštite prirodnih i antropogenih resursa i slično.“ Međunarodna organizacija za prosvjetu, znanost i kulturu (UNESCO) osnovan je 1945. godine i to kao specijalizirana organizacija UN-a za ta tri segmenta razvoja znanosti, prosvjete i kulture. Ova svjetska organizacija u određenom segmentu rada posebno se bavi zaštitom kulturne i prirodne baštine.

„Organizacijska struktura UNESCO-a ima opću konferenciju, izvršno vijeće koje je sastavljeno od 40 stručnjaka za različita područja, tajništvo i direktora. Konvencija Svjetske turističke zajednice (UNWTO), prema UNESCO-ovom popisu kulturnom baštinom podrazumijeva spomenike i skupine zgrada znamenitih povijesnih mjesta, a pod prirodnom baštinom su spomenici prirode, geološke ili fiziografske formacije te zone prebivališta ugroženih vrsta životinja i biljaka. Svaka država članica ove Konvencije treba utvrditi te na svom teritoriju definirati i razgraničiti spomenuta dobra.“ (<https://whc.unesco.org/>)

Prema (Ćorluka, 2019) „zbog operacionalizacije sadržaja Konvencije, UNESCO osniva međuvladin Odbor za svjetsku baštinu, utvrđuje registar – popis svjetske baštine, popis svjetske baštine u opasnosti te Fond za svjetsku baštinu.“

Konvencija o čuvanju svjetske kulturne i prirodne baštine prihvaćena je 1972. godine, a na popisu Svjetske materijalne baštine do kraja 2020. godine uvršten je 1.121 lokalitet. (<https://whc.unesco.org/>)

## **4. Dobra kulturne baštine u Belgiji na svjetskoj listi UNESCO-a**

Belgija obiluje brojnim znamenitostima kulturno-povijesne baštine, potiče njihovu opstojnost te na njima gradi svoju turističku prepoznatljivost i ponudu na turističkom tržištu. Od 14 dobara kulturno-povijesne baštine, u ovom poglavlju ovoga rada opisani su neki od primjera, kao što su dijelovi arhitekture sačuvani u glavnome gradu Bruxellesu te zaštićeni dio Staroga dijela grada Bruggea. Od nematerijalnog kulturnog dobra predstavljena je pivska kultura koja je od posebnog značaja za Belgiju kao i namursko nadmetanje na štulama što je prepoznato neopipljivo kulturno nasljeđe dok je prirodni očuvani resurs Bukova prašuma i izvorna bukova šuma Karpata na dijelu belgijskog teritorija. Opisan je i UNESCO turistički resurs Globalnog geoparka Famenne — Ardenne čiji je cilj promicanje geološke, građevinske, prirodne i kulturne baštine, te zaštita lokaliteta kao i njegove bioraznolikosti. U daljnjoj fazi razvoja održivoga turizma u Belgiji naglasak je na kreativnim gradovima među kojima se ističe Gent koji je član UNESCO Creative City @ stad.gent od 2009. godine.

### **4.1. Kulturna baština u Bruxellesu**

Veliki trg u Bruxellesu izgrađen je nakon što je u 15. stoljeću podignuta zgrada Gradske vijećnice te je okružen kućama i javnim zgradama koje datiraju uglavnom iz 17. stoljeća. Nekada je bio središte trgovačke djelatnosti gdje su bile cehovske kuće, a obližnje ulice još uvijek nose nazive po trgovinama sira, maslaca, ribe i ugljena. Posebnost Velikoga trga u Bruxellesu je takozvani veliki „cvjetni tepih“ koji se postavlja svake druge godine u mjesecu kolovozu na nekoliko dana te je izuzetna turistička atrakcija Bruxellesa.

Djela slavnog arhitekta Victora Horta, kao što su Hotel Tassel, Hotel Eetvelde, Hotel Solvay i Maison & Atelier Horta, sagrađeni krajem 19. stoljeća, predstavljaju primjere novoga pokreta u umjetnosti i arhitekturi — art nouveau. Ove građevine predstavljaju početke novoga stila koji je obilježio početak 20. stoljeća, a danas su zaštićena kulturna svjetska baština.

Kulturna baština Bruxellesa je i impresivna kuća Stoclet, jedna od najvažnijih građevina bečke secesije i primjer takozvane totalne umjetnosti. Datira od početka 20. stoljeća, a na inicijativu bankara i kolekcionara umjetnosti Adolphe Stocleta projektirao ju je arhitekt Josef Hoffmann.

Kuća i vrt završeni su 1911. godine te je svojom inovativnošću označila prekretnicu moderne arhitekture. U njenoj unutrašnjosti sada su vrijedne umjetnine, kao što su djela poznatih umjetnika Gustava Klimta i Kolomana Mosera. (Somek i sur., 2021)

#### 4.2. Stari dio grada Bruggea

Jedan od najatraktivnijih povijesnih zdanja jest središte Bruggea, koje je 2000. godine upisano na UNESCO-ov popis svjetske kulturne baštine. Nazivaju ga glavnim gradom belgijske pokrajine Zapadne Flandrije, te je zbog mnoštva kanala dobio i naziv „Venecija sjevera“. Sačuvana je katedrala St. Salvators (XII. – XIV. st.), gotička crkva (NotreDame, XIII. – XV. st.), gradska vijećnica (XIV. – XV. st.), ženski samostan beguinages (Begijnhof, XIII. st.), palače (Gruuthuse, XV. st.), gradska vrata i Muzeji (Groeninge i dr.). U zaštićenom starom dijelu grada Bruggea sačuvana je izvornost i izgled srednjovjekovnoga grada koji svake godine posjećuju brojni turisti.

Slika 2. Brugge — stari grad



Izvor: vlastita fotografija autora

Radi se o dijelu grada koje predstavlja različite arhitektonske stilove koji su kroz različita stoljeća zahvaćali Europu, pa tako i ovaj flamanski dio Belgije. Stari grad Bruggea ima drevne građevine, crkve i muzeje na kamenim ulicama i kanalima, a koje su u svojoj posebnosti sačuvane do danas. Grad je mješavina srednjovjekovnih i suvremenih utjecaja, a posebnost ovoga sačuvanog dijela su gotičke građevine.

Slika 3. Brugge — toranj Belfort



Izvor: vlastita fotografija autora

Prema (Somek i sur., 2021) „grad je važan i za razvoj srednjovjekovnog slikarstva i tzv. flamanske škole čiji su najistaknutiji pripadnici Jan van Eyck i Hans Memling.“

Slika 4. Brugge – flamansko slikarstvo



Izvor: vlastita fotografija autora

Kulturno nasljeđe grada prati Odjel za očuvanje i upravljanje baštinom, koji osigurava da se urbano planiranje ne miješa u povijesnu strukturu grada. Upravo su aktualne nove iskopine i pronalasci posmrtnih ostataka koji stručnjaci obrađuju uz crkvu Bogorodice gdje je izložena Gospa iz Bruggesa, visoka točno dva metra, koja je bila završena 1504. godine. To je jedino Michelangelovo djelo koje je ikada došlo na sjeverozapad Europe, a kupio ju je trgovac Jan van Moeskroen za 4.000 florina. Njegova obitelj ju je darovala gradu Brugesu 1516. godine.

Slika 5. Gospa iz Bruggesa — Bogorodica s djetetom



Izvor: vlastita fotografija autora

Inače, Brugge se tijekom stoljeća razvio u moderno kulturno i trgovačko središte u Europi. Ovo brižno sačuvano središte grada je rangirano kao jedna od najpopularnijih destinacija u Belgiji.

Slika 6. Brugge — arhitektura staroga grada



Izvor: vlastita fotografija autora

### 4.3. Prirodna baština i nematerijalna kulturna baština Belgije

U Belgiji kao zaštićeno prirodno dobro upisano na UNESCO-voj listi su sačuvane bukove šume.

#### 4.3.1. Bukove prašume i izvorne bukove šume Karpata i ostalih regija Europe

Naime, 2017. godine bukove prašume u Karpatima i drugim područjima Europe uvrštene su kao zajedničko prirodno dobro koje se prostire cijelim dijelom Europe i to dobro dijele europske zemlje, Albanija, Austrija, Belgija, Bugarska, Hrvatska, Italija, Njemačka, Rumunjska, Slovačka, Slovenija, Španjolska i Ukrajina.

Izuzetan su primjer nedirnutog šumskog kompleksa u umjerenom klimatskom pojasu koji se sastoji od deset zaštićenih područja u sjevernim Karpatima, među kojima su bukove šume u Karpatima, (šest u Ukrajini i četiri u Slovačkoj), te se prostire na potezu dugom 185 kilometara. Kako je zabilježeno u UNESCO-vom Vodiču kroz svjetsku baštinu, njima su 2011. godine pridružene i druge šume tog karaktera. To su pet sličnih šumskih kompleksa u Njemačkoj, a od 2017. godine i 63 bukove šume u još devet europskih zemalja, među kojima je i Belgija. Prema (Somek i sur., 2021) „time je dobiveno cjelovitost područja koje ima iznimnu univerzalnu vrijednost i dokaz je postglacijalnog širenja te prirodnog i neometanog razvoja ekosustava bukovih šuma Europe.“

#### 4.3.2. Nematerijalna kulturna svjetska baština – pivska kultura u Belgiji (2016.)

Belgija je u svjetskim okvirima prepoznata i po svojoj gastronomskoj ponudi. Od hrane tu se ističu vafli, pomfrit, te najbolje svjetske čokolade, a od pića to je svakako belgijsko pivo.

Stoga, ne iznenađuje da je pivska kultura u Belgiji 2016. godine uvrštena na UNESCO-vu reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva.

Izrada i konzumiranje piva diljem Belgije dio je živoga nasljeđa te je neizostavan napitak u svakodnevnom životu, kao i u svečanim prilikama. Bogatstvo ponude piva potvrđuje gotovo 1.500 vrsta koje se u raznim dijelovima Belgije proizvode različitim metodama fermentacije. Posebno popularno od 80-ih godina 20. stoljeća postalo je craft pivo. Postoje određene belgijske



regije koje su poznate po svojim posebnim sortama, a pivo se koristi i u kulinarstvu. Tako se primjerice pivo u gastronomiji koristi u proizvodnji sira opranog pivom, a svako od piva može se sljubiti s određenom vrstom hrane kako bi se upotpunili okusi. Osim što se znanje i vještine prenose u kućanstvu i društvenim krugovima, edukaciju o pivu provode i majstori pivari koji vode tečajeve u pivovarama, zatim kroz specijalizirane sveučilišne tečajeve usmjerene na one koji se bave tim područjem i ugostiteljstvom općenito, kao i kroz javne programe obuke za poduzetnike i male testne pivovare za pivare amatere. Naglasak je i kroz turističke posebnosti prikazane kroz Muzej piva. Uz to, u Belgiji postoji nekoliko organizacija pivara koje rade sa zajednicama na širokoj društvenoj razini kako bi zagovarale odgovornu konzumaciju piva. Zanimljiva je cjelovita održiva komponenta pivarstva u Belgiji koje je postalo dijelom kulture te uz poticanje recikliranja ambalaže i novih tehnologija pridonosi ekološkoj održivosti smanjenjem potrošnje vode u proizvodnim procesima. (Somek i sur., 2021)

#### 4.3.3 Namursko nadmetanje na štulama — neopipljivo kulturno nasljeđe

Grad Namur kao svoje nematerijalno kulturno blago njeguje tradiciju nadmetanja na štulama koja datira još od početka 15. stoljeća. Zanimljivo je što tijekom nadmetanja na štulama sudionici pokušavaju sve članove protivničke ekipe oboriti na tlo. Trkači na štulama podijeljeni su u dvije ekipe: Mélani, sa žutim i crnim štulama, koji predstavljaju stari grad, i Avresses, s crveno-bijelim štulama, koji predstavljaju novi dio grada i susjedna sela. U novije vrijeme kandidati se pridružuju timu na temelju afiniteta, a ne lokacije. Ova natjecanja na štulama počinju povorkom dvaju timova, uz prethodnicu koju čine njihove zastave, bubnjevi i svirač. Bubnjevi najavljuju povorku, postavljaju ritam marša i daju energiju nadmetanju. Natjecanja na štulama obično se održavaju tijekom festivala na ulicama i trgovima grada Namura. Ulaz je besplatan, a gledatelji se okupljaju oko borilačke zone i bodre svoju omiljenu momčad i natjecatelje. Natjecatelji mogu imati od 7 do 70 godina, a ranije su u to bili uključeni samo muškarci, da bi od 2018. udruga za boj na štulama (nazvana Les Échasseurs Namurois) otvorila obuku za žene i djevojke. Nadmetanje na štulama pokazatelj je očuvanja namurskog identiteta te način integracije za sve stanovnike grada. (Somek i sur., 2021)

#### 4.3.4. Gent – Creativy city Network

Gent je grad u belgijskoj Flandriji koji je pun ušćuvane arhitekture, kulture, umjetnosti i događanja, te nudi jedinstvenu kombinaciju slavne prošlosti i aktualne sadašnjosti. Kako se spominje na popisu kreativnih gradova UNESCO-a, riječ je o sveučilišnom centru koji ima i nekoliko instituta za visoko obrazovanje. Gent se potvrđuje kao obrazovno središte s oko 12 posto gradskih studenata koji pohađaju obrazovanje usmjereno na kulturu. Također Gent je regionalno gospodarsko središte u kojem kulturni i kreativni sektor stvara četiri posto ukupne zaposlenosti. (<https://en.unesco.org/creative-cities/home>).

Međunarodno je poznat po svojoj dinamičnoj glazbenoj sceni i brojnim glazbenim i filmskim festivalima, uključujući Festival u Flandriji, koji nudi niz koncerata od klasične do svjetske glazbe. Tu je i Međunarodni filmski festival u Gentu s fokusom na utjecaj glazbe na film zatim festival na otvorenom Gent Jazz, koji je vrhunski u svom žanru i Glimps, međunarodni show festival za pop i rock glazbu.

Slika 7. Gent Jazz festival



Izvor: vlastita fotografija autora

Povijesna mjesta i lokaliteti koriste se kao jedinstvene lokacije za koncerte čime se dobivaju dodatni benefiti živahnoga glazbenoga života u Gentu. Među najznačajnijim lokalitetima su Ghent Opera House iz 19. stoljeća, Koncertna dvorana Bijloke koja se nalazi u srednjovjekovnom bolničkom odjelu i Koncertna dvorana HA, smještena na bivšoj burzi.

Široka lepeza glazbenog obrazovanja karakteristična je za svakodnevni život grada Genta. Uz glazbene satove bubnjeva ili klasične gitare, općinski interkulturalni centar De Centrale nudi i poduku manje poznatih instrumenata kao što su Qanoen, Saz i Oed. Međunarodna operna akademija sa sjedištem u Gentu i Institut Orpheus nude jedinstvene programe poslijediplomske obuke u svojim određenim kategorijama.

Slika 8. Gent – The Belfry tower



Izvor: vlastita fotografija autora

Gent je član UNESCO Creative City @ stad.gent od 2009. godine te kao kreativni grad glazbe provodi brojne aktivnosti. Aktivno sudjeluje u aktivnostima UCCN-a i u glazbenoj pod mreži, radi na iznalaženju realnih načina izgradnje trajne suradnje između gradova članica glazbene pod mreže i šire Mreže. U Gradu se provodio Akcijski plan od 2014. do 2019. godine pod nazivom - Gent Music City, čime jača postojeće glazbene kapacitete, razvija konkretne akcije i događanja s lokalnim dionicima. Sve to dodatno unapređuje postojeće Dane glazbenoga odgoja, pruža mogućnosti glumcima u domaćem glazbenom sektoru za stjecanje većega međunarodnog iskustva te se intenzivno bavi očuvanjem fokusa vezanog za glazbu u nadolazećem strateškom planu za kulturu koji se provodi od 2020. do 2025. (<https://en.unesco.org/creative-cities/home>)

#### 4.3.5. Famenne — Ardenne UNESCO Global Geopark

Ovaj Geopark se nalazi u južnom dijelu Belgije, u regiji Valonija. Tri su karakteristične cjeline koje obilježavaju krajolik: sjeverni Famenne, koji je velika depresija sa škriljastom podlogom, južni Ardeni, koja je ogromna visoravan uglavnom sastavljena od stijena pješčenjaka te središnji “Calestienne”, topografija vapnenačke podloge bogate krškim fenomenima.

Geološke formacije potječu iz paleozoika (prije 541 do 251 milijun godina) gdje su se pješčenjak, vapnenac i glina taložili u morskom okruženju ovisno o klimi i blizini kontinenta. Geopark se sastoji od osam općina s populacijom od 67.000 stanovnika. Obradeno zemljište i travnjaci te poljoprivreda su 52 posto krajolika. Šumovita područja čuvaju prirodni karakter regije i zajedno sa svojim vapnenačkim livadama privlače brojne turiste. Što se tiče kulturnih znamenitosti, među popularne turističke atrakcije spadaju antičke rimske građevine očuvane ili restaurirane u nekoliko sela. (<https://en.unesco.org/global-geoparks/famenne-ardenne>)

Svi ovi elementi uklapaju se u kontrastni krajolik između Ardena 560 metara na jugu i Famenne depresije 115 metara na sjeveru. To je jedno od ključnih odredišta Valonije i to sa svojim iznimnim špiljama Han, Rochefort i Hotton, svojim slikovitim gradovima poput Durbuya, takozvanog ‘najmanjeg grada na svijetu’ i svojim dvorcima. Famenne — Ardenne UNESCO Global Geopark jedinstven je spoj prirodnih lokaliteta i krajolika te kulturnih i povijesnih znamenitosti.

Cilj Globalnog geoparka Famenne — Ardenne UNESCO jest promicanje geološke, građevinske, prirodne i kulturne baštine, uz olakšavanje pristupa posjetiteljima, zaštita lokaliteta kao i njihove bioraznolikosti. Važnost Geoparka je u obrazovanju. Suraduje se sa znanstveno-istraživačkim institucijama te se aktivnostima nastoji poboljšati razumijevanje geoloških sustava i interakcija s drugim sustavima kao što su atmosfera, biosfera i hidrosfera. Sve to dovodi do bolje valorizacije teritorija, njegovoga geološkog nasljeđa, znanstvenog i turističkog prosperiteta, izuzetno bitnoga za održivo upravljanje podzemnim resursima.

#### 4.3.6. Zaštita okoliša i održivi turistički razvoj — prioriteti u Belgiji

Za Belgiju se može konstatirati da je postigla napredak u smanjenju pritiska od gospodarskog rasta na okoliš, poboljšala pročišćavanja otpadnih voda i izuzetno napredovala u očuvanju zaštićenih područja. Sve belgijske regije su postigle visoku razinu recikliranja, te su uvele politike kružnoga gospodarstva. U daljnjem razvoju potrebni su dodatni naponi za napredak smanjenja ugljika, smanjenja onečišćenja zraka i vode, gubitka biološke raznolikosti i konsolidaciju rezultata inicijative kružnoga gospodarstva. Jačanje koordinacije između savezne Vlade i regija, te među samim regijama bit će ključni čimbenici napretka. Kako je izvanredno stanje pandemije COVID-19 još uvijek aktualno, naponi za oporavak ciljeva održivoga razvoja trebaju biti još veći.

## 5. Analiza postojećega stanja turizma u Belgiji

Belgija se nalazi na razdjelu germanske i romanske Europe, jezično je podijeljena s nizozemskim govornim područjem na sjeveru, francuskim na jugu te manjim njemačkim govornim područjem na istoku. Glavni grad Bruxelles je dvojezično područje — francusko i flamansko. Turističke regije podijeljene su na Flandriju, Valoniju i Bruxelles.

Belgija ima bogato kulturno-povijesno nasljeđe i to je potvrđeno kroz 14 kulturnih dobara na UNESCO-ovom popisu Svjetske baštine u raznim dijelovima zemlje kako Flandrije, tako i Valonije, jednom prirodnom dobru te jedanaest dobara nematerijalne svjetske baštine, a koja su uvrštena na popis od 1998. do 2021. godine.

Broj dolazaka turista u smještaj za kratki boravak u Belgiji općenito se povećao u razdoblju od 2006. do 2019. godine. Tako da je u 2019. godini više od 18 milijuna turista boravilo u belgijskim smještajnim objektima.

Flandrija je belgijska regija koja je 2019. godine zabilježila najveći broj međunarodnih dolazaka gostiju. Sveukupno, ova pokrajina zabilježila je otprilike 3,2 milijuna dolazaka turista. Regija glavnoga grada Bruxellesa slijedi s oko 2,8 milijuna dolazaka preko noći.

Pristupačnost Belgije čini je popularnom destinacijom za putovanja u Europi. Sa svojom obalom, umjetničkim gradovima kao i gastronomijom, ova europska zemlja nudi širok izbor atrakcija i kulturnih aktivnosti za turiste. U 2019. godini, broj noćenja turista u Belgiji dostigao je vrhunac na približno 42,5 milijuna prije nego što je pao na svega 20 milijuna u 2020. godini. Taj pad je posljedica izbijanja pandemije koronavirusa (COVID-19) 2020. godine.“ ([https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-02/Belgija\\_profil\\_2022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-02/Belgija_profil_2022.pdf))

### 5.1. Turizam u Belgiji tijekom pandemije koronavirusa (COVID-19)

Među najteže pogođenim gospodarskim granama tijekom pandemije koronavirusa (COVID-19) bila je turistička industrija. Belgija u svjetskim razmjerima pandemije COVID-19, u prva dva vala, nije bila iznimka donošenja odluka o zatvaranju države, pa je ukupni doprinos putovanja i turizma u belgijskom BDP- u pao za gotovo 45 posto između 2019. i 2020. godine.

Nadalje, gledajući prognozu udjela u BDP-u turističkoga sektora u Belgiji, nije se predviđalo da će se 2021. godine turističke brojke oporaviti na razinu koja je bila prije krize, pri čemu se predviđalo da će udio turizma u BDP-u dosegnuti dva posto te godine u odnosu na četiri posto prije pandemije COVID-19.

Kako su pokazali statistički podaci službene internet stranice Kraljevine Belgije, brojke zaposlenosti u sektoru turizma također su zabilježile pad između 2019. i 2020. godine. „U razdoblju od jedne godine ukupan doprinos putovanja i turizma u zapošljavanju u Belgiji smanjen je za otprilike 17.000 radnih mjesta. (<https://www.statista.com/forecasts/1153480/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-belgium#statisticContainer>)

Zabrana putovanja i ograničenja uvedenih u Belgiji radi suzbijanja širenja koronavirusa, 2020. godine rezultirala je značajnim smanjenjem noćenja u raznim vrstama smještaja diljem zemlje. Pandemija je najdramatičnije utjecala na hotele, a noćenja su smanjena za gotovo 63 posto u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Za usporedbu, noćenja u kućama za odmor smanjena su za 33 posto, odnosno na 4,65 milijuna u 2020. godini. Smještaji u Belgiji, izuzev hotela, bili su zatvoreni od 18. ožujka 2020. godine i smjeli su se otvoriti tek 8. lipnja 2020. godine. U međuvremenu, parkovi za odmor i kampovi bili su zatvoreni od 3. studenog 2020. godine do 7. veljače 2021. godine. U to vrijeme hoteli i noćenje s doručkom bili su dopušteni, ali barovi i restorani su ostali zatvoreni.

Broj dolazaka turista u turistički smještaj u Belgiji 2020. godine naglo se smanjio tijekom pandemije koronavirusa u odnosu na prethodnu godinu. Sveukupno, hoteli su zabilježili najdramatičniji pad. Broj dolazaka u ove smještajne kapacitete pao je s otprilike 11,7 milijuna u 2019. godini na oko 4,3 milijuna u 2020. godini. U međuvremenu je broj noćenja s doručkom dosego samo 848 tisuća u 2020. godini, što je značajan pad s evidentiranih 1,5 milijuna noćenja s doručkom u 2019. godini.

## **5.2. Udio i prognoza udjela u BDP-u turističkoga sektora u Belgiji 2020. — 2025.**

Udio putovanja i turizma BDP-a u Belgiji iznosio je oko 14,9 milijardi eura u 2020. godini.

Zabilježeni podaci turističkih pokazatelja Belgije pokazuju prognozu procijenjenog udjela turističkoga sektora u BDP-u Belgije do 2025. godine kojim se predviđa da će dosegnuti 4 posto. Prognoza je prilagođena očekivanom učinku COVID-19.“ ([www.statista.com/forecasts/1153480/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-belgium#statisticContainer](http://www.statista.com/forecasts/1153480/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-belgium#statisticContainer))

## **5.3. Smještajni kapaciteti — hoteli u Belgiji**

U glavnome gradu Bruxellesu među popularnije hotele spadaju, Pillows City Hotel Brussels Centre, Hotel Made In Louise i Maison Flagey Brussels. Noćenje u hotelima s 3 zvjezdice u Bruxellesu u prosjeku iznosi 1.853 kune, dok noćenje u hotelima s 4 zvjezdice u Bruxellesu iznosi 2.583 kune. Ako se želi najbolji i poseban smještaj, hoteli s 5 zvjezdica u Bruxellesu u prosjeku po noćenju iznose 4.841 kunu ([www.booking.com](http://www.booking.com)).

Ako se želi smještaj kod Velikog trga u Bruxellesu blizu znamenitosti „Trg Grand Place“, neki od najboljih hotela su, Art de Sejour — B&B, B&B X2Brussels i Juliana Hotel Brussels.

Što se tiče niskobudžetnih hotela u Bruxellesu tu su B&B HOTEL Brussels Centre Louise u četvrti ‘Elsene / Ixelles’ u Bruxellesu po cijeni od 573 kune po noćenju, nešto nižu cijenu ima The Helmet Hotel u četvrti ‘Schaerbeek’ u Bruxellesu od 460 kuna po noćenju, te među jeftinijima je i Hotel The Moonu u četvrti ‘Bruxelles — Centar’ gdje noćenje iznosi 488 kuna.



## 6. Istraživanje percepcije Belgije kao turističke destinacije

U sljedećem poglavlju pobliže je objašnjeno provedeno primarno online anketno istraživanje. Predstavljena je metodologija istraživanja, prikazani su rezultati istraživanja te ograničenja istraživanja.

U navedenom istraživanju postavljena pitanja razvrstana su na uvodna i općenita za sve ispitanike, kao što su pitanja o spolu, starosnoj dobi, zanimanju, mjestu od kuda dolaze, koliko su upoznati s turističkim atrakcijama Belgije, koje belgijske proizvode smatraju najpoznatijima, te da navedu izvore informacija i jesu li ili nisu putovali u Belgiju. Za ispitanike koji nisu bili u Belgiji, a željeli bi je posjetiti, u anketnom upitniku postavljena su pitanjima o motivima za posjet, koliko bi dana htjeli ostati, koji bi bio način organizacije puta, vrsta željenoga smještaja, koje gradove i lokalitete bi htjeli posjetiti, te pitanja vezana za ocjenjivanje osjećaja sigurnosti, gastronomske ponude, kvalitete smještajnih kapaciteta, gostoljubivosti kao i saznanja o bogatstvu prirodnih ljepota i okoliša.

Za ispitanike koju su bili u Belgiji, uz već navedena pitanja u anketnom upitniku postavljena su i dodatna pitanja, koliko je dobra prometna dostupnost i povezanost, o kvaliteti hrane u restoranima, raznolikosti kulturno-povijesnih sadržaja, zatim ocjene zadovoljstva doživljaja i cjelokupne turističke ponude te kolika je vjerojatnost da Belgiju preporuče prijateljima kao poželjnu turističku destinaciju.

Na temelju analize anketnog online upitnika doći će se do zaključka o identitetu turističkoga sektora u Belgiji, a s tim u vezi uzročno-posljedičnoj prepoznatljivosti belgijskih turističkih lokaliteta i turističkih proizvoda kod hrvatskih građana.

Anketni online upitnik ispunilo je 106 ispitanika od kojih je 20 posjetilo Belgiju. Visokih 61 posto ispitanika prepoznaje turističku ponudu Belgije, a informacije se uglavnom dobivaju putem medija, TV-a i Interneta. Zanimljivo je što su se gotovo svi ispitanici izjasnili da je Belgija izuzetno sigurna zemlja, bogata prirodnim te kulturno-povijesnim sadržajima i lokalitetima i ima odličnu prometnu povezanost i dostupnost. Motiv dolazaka ispitanika uglavnom je upoznavanje novih mjesta, kulturnih znamenitosti, odmor i gastronomska ponuda. Što se tiče smještajnih kapaciteta ispitanici uglavnom preferiraju privatni smještaj i hotele, dok putovanje

u Belgiju većina ispitanika organizirala samostalno. Duljina trajanja boravka u Belgiji kao turističkoj destinaciji za većinu ispitanika jest od dva do pet dana. Od gradova najviše ispitanika preferira dolazak u Bruxelles, Brugge, Gent i Antwerpen, a od prepoznatljivosti robnih marki tu su čokolada, waffle i pivo. Cjelokupnu ponudu Belgije kao turističke destinacije 55 posto ispitanika je ocijenilo vrlo zadovoljavajućom te bi ih 60 posto preporučilo prijateljima. Od ukupnog broja ispitanika koji nisu bili u Belgiji čak 98,8 posto ispitanika izrazilo je želju za putovanjem u navedenu destinaciju.

### **6.1. Metodologija istraživanja**

Problem ovog istraživačkog rada jest procjena percepcije Belgije kao receptivne turističke zemlje koju imaju stanovnici Hrvatske, a koji su je posjetili, kao i oni koji su zainteresirani za putovanje u navedenu destinaciju. Glavni cilj istraživanja jest istražiti percepciju prepoznatljivosti belgijskih gradova, kulturnih sadržaja i turističkih marki, načina i motiva putovanja, smještaja, sigurnosti te zainteresiranosti za posjet Belgiji na uzorku stanovnika Hrvatske.

Za prikupljanje podataka koristio se anketni upitnik u kojem su pitanja bila dihotomna, pitanja s višestrukim izborom, strukturirana pitanja s neprikrivenim ciljevima, te ordinalne ljestvice.

### **6.2. Karakteristika uzorka**

Osnovni skup istraživanja činili su stanovnici Hrvatske, uglavnom središnjih i sjeverozapadnih područja, koji dolaze iz Zagreba i okolice, Krapinsko-zagorske, Međimurske i Varaždinske županije, a uzorak predstavlja manja skupina ljudi zainteresiranih za Belgiju.

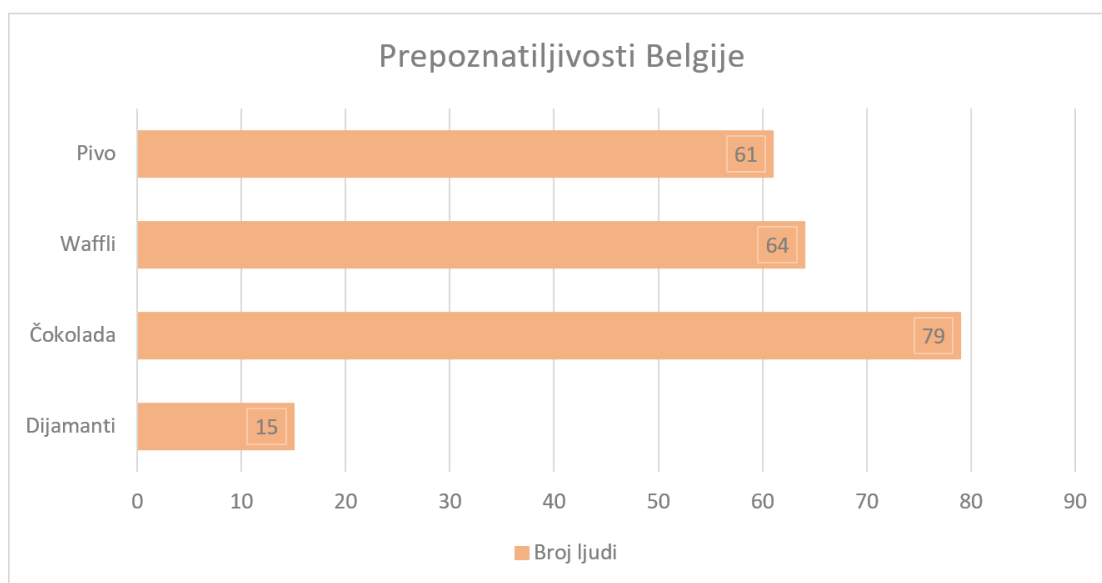
### **6.3. Rezultati istraživanja**

U prikupljanju podataka putem online anketnog upitnika sudjelovalo je ukupno 106 ispitanika. Od ukupnog broja ispitanika, 20 ispitanika je odgovorilo kako jesu posjetili Belgiju dok 86 ispitanika nije posjetilo Belgiju. Od ukupnog broja ispitanika koji nisu posjetili navedenu destinaciju, 85 ispitanika je odgovorilo kako ima želju posjetiti Belgiju, dok svega jedan ispitanik nema želju posjetiti navedenu destinaciju.

Svi ispitanici morali su odgovoriti jesu li upoznati s turističkim atrakcijama Belgije, od kojih je 41 ispitanik upoznat, a 65 ispitanika nije upoznato s turističkom ponudom Belgije.

Kako bi se ispitala percepcija ispitanika o Belgiji, svi ispitanici morali su odgovoriti na pitanje kako su došli do informacija o navedenoj destinaciji. Ispitanici su imali mogućnost biranja jednog ili više odgovora na navedeno pitanje. Kao izvore informiranja o Belgiji kao turističkoj destinaciji, od sveukupnog broja ispitanika najviše njih (76) navodi medije, TV i Internet, 26 ispitanika preporuke dobiva od prijatelja i bliskih osoba, a 12 ispitanika informira se putem turističkih agencija. Manji broj ispitanika odgovorio je kako su do informacija došli putem turističkih brošura i prospekata, a tek jedan ispitanik u školi odnosno jedan se ne informira o Belgiji. Do informacija o turizmu u Belgiji vlastitim iskustvom došlo je 20 ispitanika.

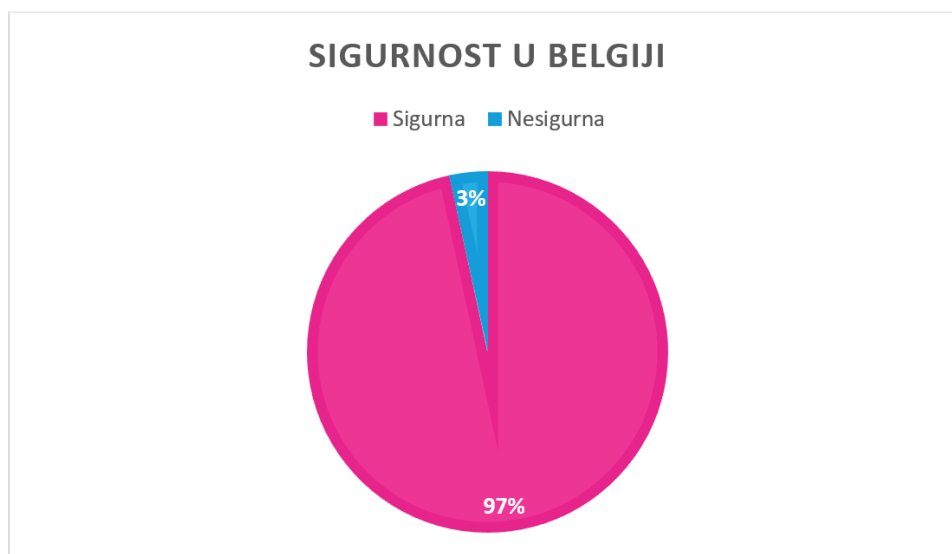
Grafikon 1 Koje proizvode smatraju prepoznatljivim za Belgiju



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon prikazuje kako od ukupnog broja ispitanika, za 79 ispitanika prepoznatljiv belgijski proizvod je čokolada, za 64 ispitanika to su waffli, pivo kao prepoznatljiv belgijski proizvod doživljava 61 ispitanik, dok se za dijamante izjasnilo 15 ispitanika.

Grafikon 2 Doživljaj i osjećaj sigurnosti u Belgiji



Izvor: vlastita izrada autora

Za sve ispitanike postavljeno je pitanje sigurnosti, odnosno za one koji su posjetili Belgiju jesu li se osjećali sigurno. Zanimljivo je što gotovo svi ispitanici Belgiju doživljavaju kao izuzetno sigurnu zemlju, pa je tako anketa pokazala kako 83 ispitanika od ukupno 86 njih koji još nisu bili u Belgiji, istu percipira kao sigurnu destinaciju, dok se od 20 ispitanika koji su bili u navedenoj destinaciji svih 100 posto osjećalo sigurno.

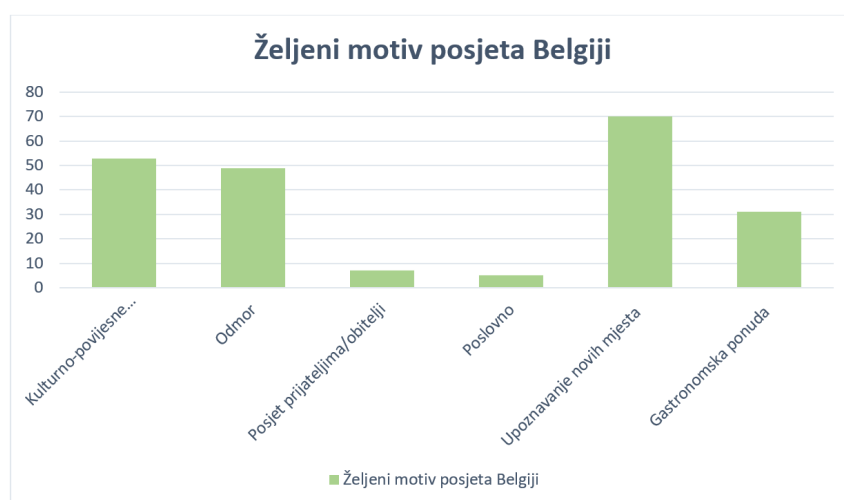
Grafikon 3 Motiv posjeta Belgiji



Izvor: Vlastita izrada autora

Kod ispitanika koji su boravili u Belgiji, najčešći motiv, za njih 50 posto, jest posjet rodbini/prijateljima, 45 posto je putovalo radi upoznavanja novih mjesta, 30 posto je bilo motivirano kulturno-povijesnim znamenitostima, a isti toliki postotak kao motiv putovanja naveo je poslovne razloge, dok je Belgiju radi odmora posjetilo 25 posto ispitanika.

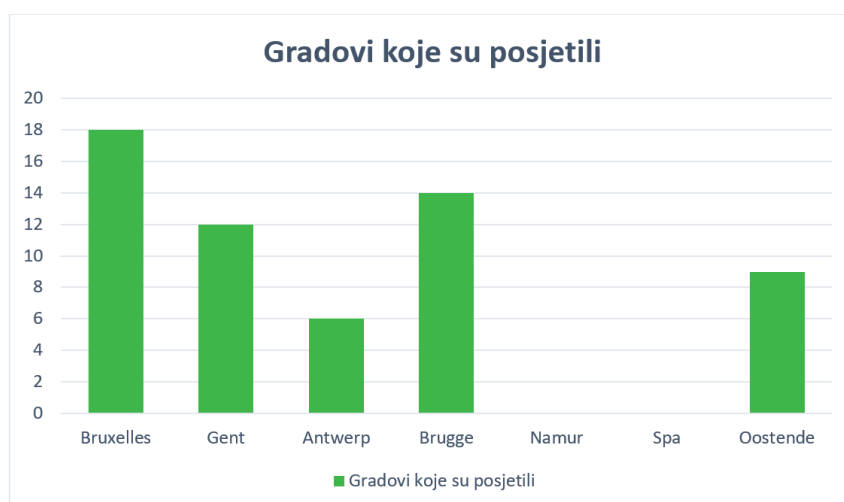
Grafikon 4 Motivi ispitanika koji bi željeli posjetiti Belgiju



Izvor: vlastita izrada autora

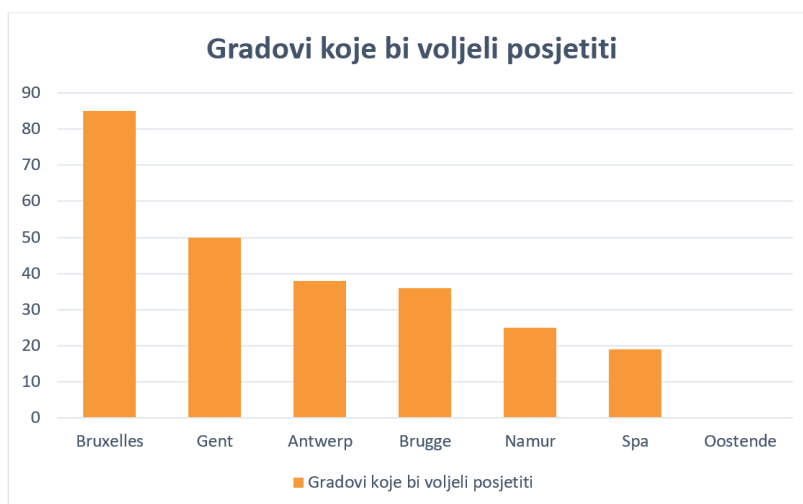
Za 80 posto ispitanika koji nisu bili u Belgiji najveći motiv putovanja jest upoznavanje novih mjesta, za 60 posto su to kulturno-povijesne znamenitosti, za 55,8 posto njih je odmor, za 35 posto gastronomska ponuda, za osam posto motiv bi bili prijatelji i rodbina, dok bi za 5,8 posto ispitanika motiv putovanja u Belgiju bio poslovne naravi.

Grafikon 5 Gradovi koje su posjetili u Belgiji



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 6 Gradovi u Belgiji koje bi ispitanici voljeli posjetiti

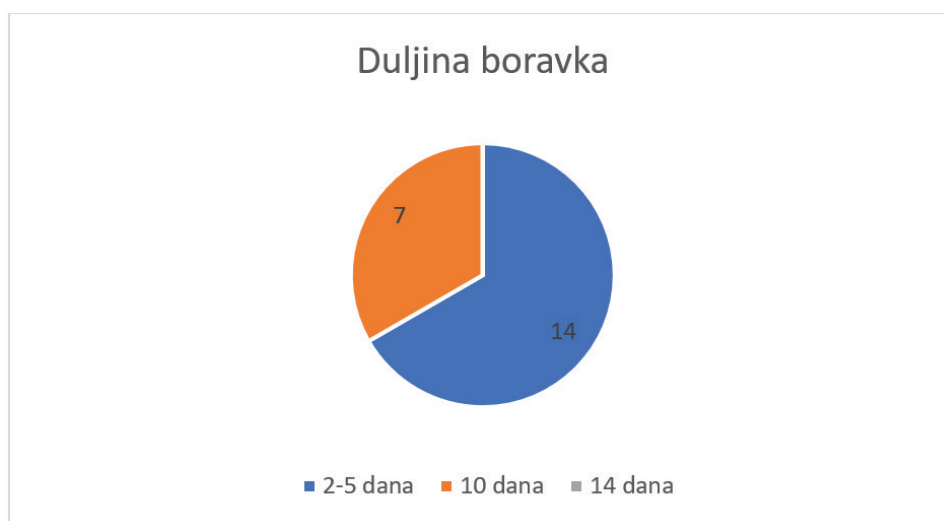


Izvor: vlastita izrada autora

Posljednji graf prikazuje percepciju ispitanika o najpoznatijim gradovima koje bi posjetili u Belgiji. Kroz ocjenu njihove zanimljivosti, raznolikosti i prepoznatljivosti, ispitanici koji jesu, ali i oni koji još nisu bili u Belgiji, dali su gotovo iste odgovore.

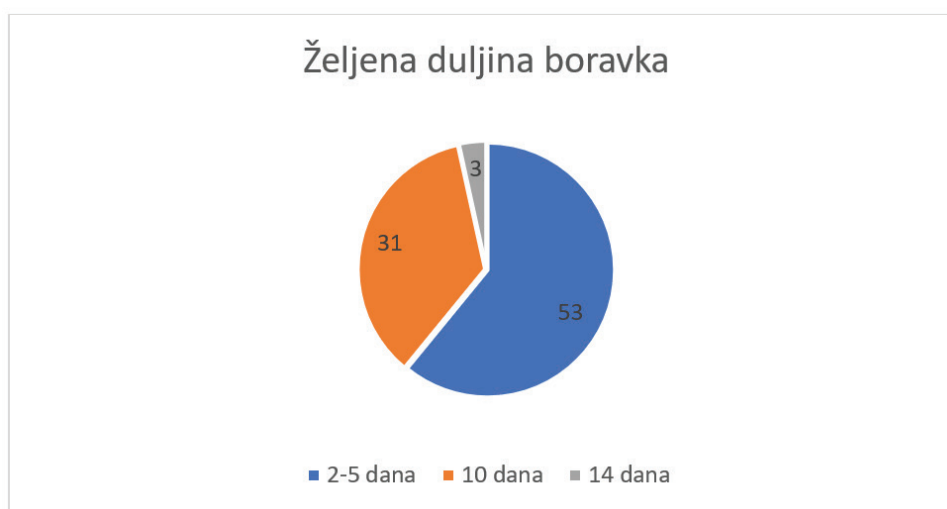
Većina ispitanika, njih između 85 i 96 posto, posjetila je ili bi posjetila Bruxelles, slijedi Brugge koji je posjetilo 65 posto ispitanika koji su bili u Belgiji, a u taj grad željelo bi ići 44 posto njih koji još nisu bili u navedenoj zemlji. Grad Gent od 20 ispitanika koji su bili u Belgiji posjetilo je 55 posto, a od ispitanika koji nisu bili u Belgiji taj grad bi posjetilo 40 posto. Najmanji broj od svih ispitanika je zainteresiran za Namur i Spa, dok je Oostende od 20 ispitanika koji su bili u Belgiji posjetilo devetero. Najveći nesrazmjer kod ispitanika koji su bili i onih koji nisu bili Belgiji, pokazao je interes za gradom Antwerpenom. Naime, od ispitanika koji su bili u Belgiji ovaj grad posjetilo je 30 posto ispitanika, dok kod onih koji bi tek putovali u Belgiju, Antwerpen bi posjetilo više od 58 posto ispitanika.

Grafikon 7 Duljina boravka ispitanika koji su posjetili Belgiju



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 8 Željena duljina boravka u Belgiji



Izvor: vlastita izrada autora

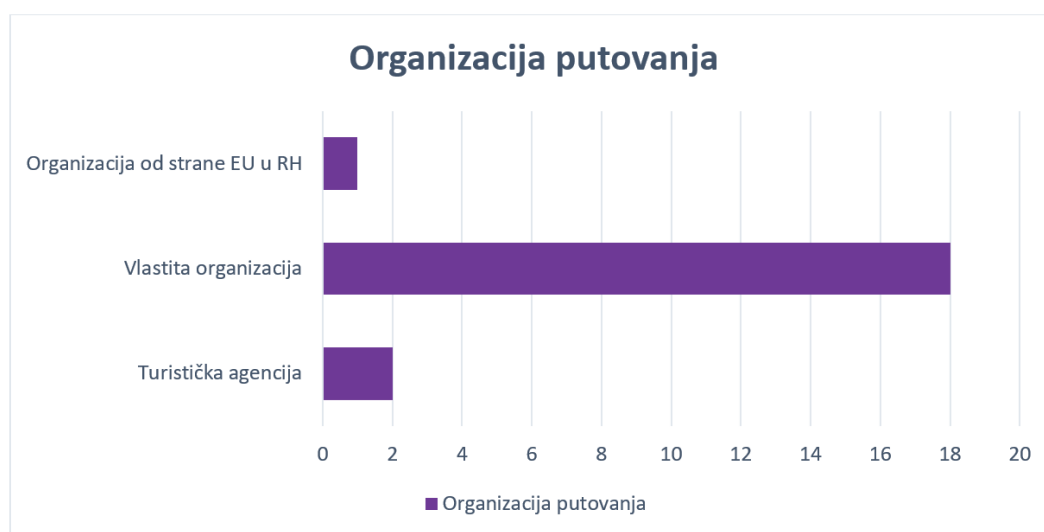
Svim ispitanicima postavljeno je pitanje trajanja boravka u Belgiji. Iz evidentiranih podataka obje skupine ispitanika, od onih koji su bili i onih koji nisu bili u Belgiji, većina se izjasnila za boravak u trajanju od 2 do 5 dana. U tom trajanju čak 70 posto ispitanika je boravilo, dok je 30 posto njih bilo 10 dana. Od ispitanika koji nisu bili u Belgiji, 52 posto njih bila bi od 2 do 5 dana, gotovo 35 posto 10 dana, boravak od 14 dana konzumiralo bi 3,5 posto, a ostali ispitanici nisu definirali duljinu trajanja boravka.

Grafikon 9 Željena organizacija putovanja u Belgiju



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 10 Organizacija putovanja u Belgiji onih koji su je već posjetili

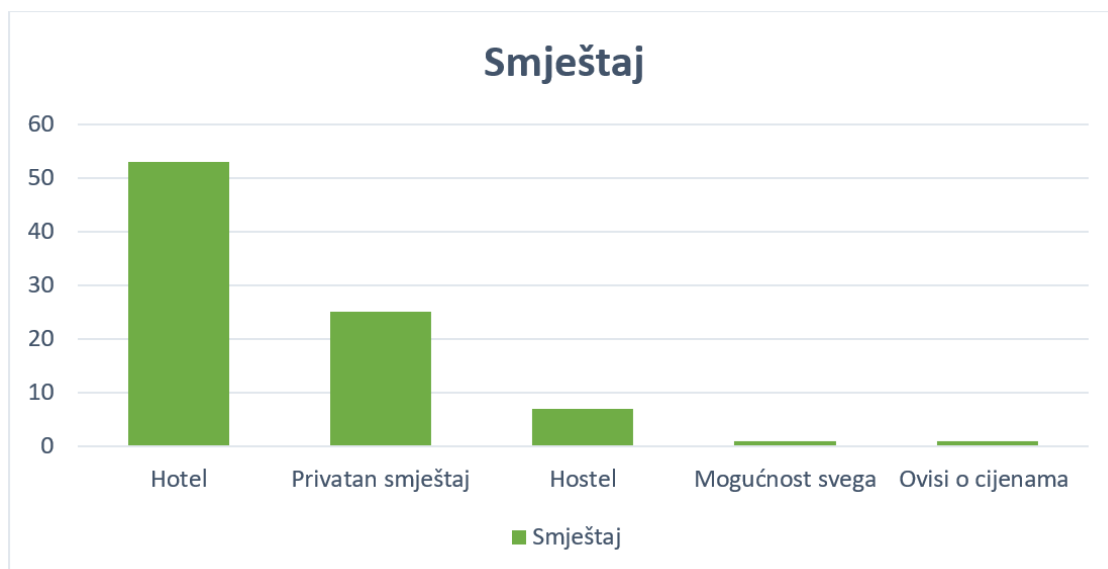


Izvor: vlastita izrada autora

Što se tiče organizacije putovanja odnosno dolaska u Belgiju, većina ispitanika, točnije 85 posto njih koji su bili u navedenoj destinaciji, samostalno je organiziralo putovanje, 10 posto ispitanika je koristilo usluge turističke agencije, dok je pet posto putovalo u organizaciji Europske unije u Republici Hrvatskoj. Ispitanici koji nisu bili u Belgiji, gotovo 62 posto, izjasnilo se za samostalnu organizaciju dolaska, a preostalih 38 posto ispitanika putovalo bi posredstvom turističke agencije.

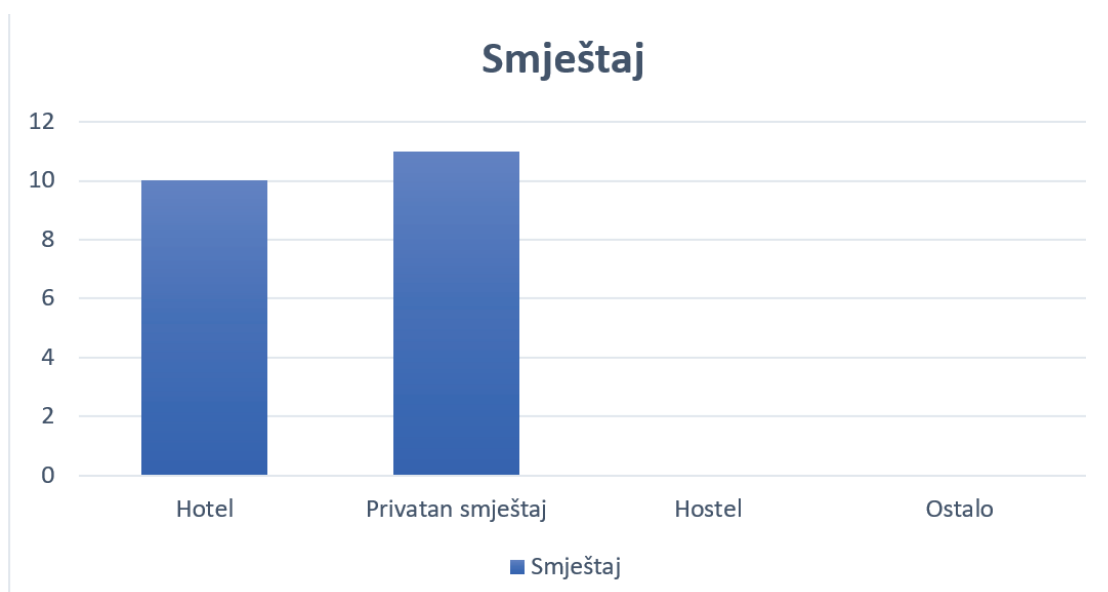


Grafikon 11 Željeni smještaj u Belgiji



Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 12 Odabrani smještaj u Belgiji



Izvor: vlastita izrada autora

Vezano za smještajne kapacitete u turističkoj destinaciji, od 20 ispitanika koji su bili u Belgiji, njih jedanaest je bilo u privatnom smještaju, a deset u hotelima. Ispitanici koji nisu bili u navedenoj destinaciji, njih 61,6 posto smještaj bi tražilo u hotelima, u privatnom smještaju bi boravilo 26,7 posto ispitanika, hostelima 8,1 posto, a preostalim ispitanicima izbor smještaja ovisi o cijeni.

Ostatak pitanja u anketnom upitniku bio je namijenjen ispitanicima koji su posjetili Belgiju. Tako je 40 posto navedenih ispitanika odličnim ocijenilo bogatstvo prirodnih ljepota i okoliša, 50 posto ispitanika vrlo dobrim ocjenjuje kvalitetu ponude smještaja baš kao i 65 posto kvalitetu hrane u restoranima, dok je 45 posto ispitanika odličnim ocijenilo gostoljubivost i pristupačnost domaćega stanovništva.

Na pitanje o prometnoj povezanosti i dostupnosti Belgije čak 80 posto ispitanika odličnim je ocijenilo ovaj segment turističke ponude, dok je ukupno 85 posto ispitanika koji su boravili u Belgiji vrlo zadovoljno raznolikošću kulturno-povijesnih sadržaja. Belgiju kao turističku destinaciju prijateljima bi preporučilo 60 posto ispitanika koji su je posjetili, od čega je njih 55 posto cjelokupnu ponudu turističke destinacije ocijenilo vrlo dobrom, a čak 35 posto ispitanika odličnom.

#### **6.4. Ograničenja istraživanja**

Tijekom provedbe istraživanja došlo je do nekoliko ograničenja. Glavno ograničenje istraživanja je online uzorak iz čega proizlazi visoka razina anonimnosti ispitanika i sama vjerodostojnost dobivenih podataka. Također, ograničenje je predstavljalo i kratko vremensko razdoblje u trajanju od samo dva tjedna za provedbu istraživanja na online uzorku. Ograničenje je bilo i obuhvat istraživanja koje se odnosilo samo na središnji i sjeverozapadni dio Hrvatske. Stoga je prikupljen nedovoljan broj podataka za donošenje kvalitetnoga zaključka.

#### **6.5. Zaključak istraživanja**

Prema istraživanju i s obzirom na rezultate provedenog online ispitivanja, gotovo cjelokupan uzorak ispitanika u velikoj mjeri percipira Belgiju sigurnom destinacijom koja ponajviše privlači potencijalne turiste kulturno-povijesnim znamenitostima, kulturnom baštinom, te gastronomijom. Iz anketnog istraživanja može se zaključiti da je cjelokupnoj destinaciji potrebna nešto bolja promocija i prepoznatljivost na turistički konkurentnom tržištu. U tom smislu predlažu se pojačane promotivne aktivnosti turističkih djelatnika Belgije kao i pojačane marketinške promotivne kampanje. Podloga za to vidljiva je u rezultatu online ankete u dijelu koji se dotiče načina doživljaja Belgije, koja se još uvijek uglavnom percipira kao poslovna

destinacija, odnosno kod više od 60 posto ispitanika kao država sa sjedištem brojnih EU i međunarodnih institucija.

S obzirom na to da je većina ispitanika izrazila želju za putovanjem u Belgiju, a do sada ih je od ukupno 106 ispitanika tamo putovalo tek 20-ero, uočava se nedostatak promocijskih aktivnosti vezanih za druge sadržaje belgijske turističke ponude. Poseban naglasak trebao bi biti na arhitekturi, prirodnim ljepotama i brojnim kulturno-povijesnim znamenitostima pod zaštitom UNESCO-a, kao i na turističkim manifestacijama sportsko-rekreacijskog i kulturnog karaktera. Izuzetno dobra prometna povezanost (niskotarifna avio ponuda) i dostupnost, kao i prepoznatljivost belgijskih robnih marki prehrambenih proizvoda dodatni su benefiti turističkoga putovanja u Belgiju.

Stoga se predlaže izrada promotivnih videospotova i svakako značajniji nastup te predstavljanje destinacije Belgije na turističkim sajmovima u Hrvatskoj, odnosno priredbama koje tematiziraju svijet putovanja.

## 7. ZAKLJUČAK

Kroz ovaj rad predstavljajem nekih od svjetskih kulturnih, prirodnih i nematerijalnih blaga i atrakcija u Belgiji može se zaključiti kako ova zapadnoeuropska zemlja ima bogato kulturno-povijesno nasljeđe locirano u raznim dijelovima zemlje, a što potvrđuje i podatak svih kulturnih dobara Belgije uvrštenih na UNESCO-ovom popisu Svjetske baštine.

Belgija od ulaska u svjetsku organizaciju UNESCO 1946. godine, nastoji sačuvati svoje kulturne znamenitosti, tradiciju i osobitosti koje su izuzetno bitne u njejoj prepoznatljivosti kao jedne od glavnih turističkih destinacija u tom dijelu Europe. Uz to, belgijski gradovi i mjesta, javni i privatni sektor, prepoznali su značaj ekološke i održive razvojne turističke strategije, poticanja kreativnih gradova, javne transparentne politike kao i utjecaja svih čimbenika i dionika na kvalitetu života te uključenosti građana u kreiranje i donošenje političkih i ekonomskih odluka. Njihova skrb u očuvanju povijesnoga nasljeđa, tradicije i baštine dodatni su motivi razvoja specifičnih oblika turizma i života oplemenjene svakodnevice. Turizam Belgije kroz kulturno-povijesno nasljeđe, ali i nastojanjima razvoja održivoga turizma potvrđuje svoja nastojanja kvalitetnoga turističkog napretka.

Analizom kulturno-povijesne baštine Belgije upisane na UNESCO-ovu listu svjetske baštine može se zaključiti kako je Belgija visoko razvijena zemlja Europe, koja baštini povijesne, kulturne i prirodne ljepote središnjeg i zapadnog dijela Staroga kontinenta. Uz to, prometna pristupačnost Belgije čini je popularnom destinacijom za putovanja gdje je turizam u nadležnosti triju regija: Flandrije, Valonije i Bruxellesa. Turizam izravno doprinosi 2,3 posto ukupnoga BDP-a u Belgiji, dok zaposlenost u turističkim sektorima predstavlja 6,7 posto ukupne zaposlenosti, što dodatno pokazuje koliko su turizam i uslužne djelatnosti značajne u gospodarstvu.

Za Belgiju su vodeća međunarodna tržišta Nizozemska, Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo i Njemačka, koje zajedno čine više od polovice, odnosno 52,7 posto ukupnih dolazaka. Domaći turizam također doživljava rast u Belgiji, pa je primjerice zabilježeno ukupno 4,8 milijuna posjetitelja s noćenjem u 2018. godini, što je povećanje od 6,9 posto u odnosu na 2017. godinu.

Od tog broja 60,1 posto domaćih gostiju je posjetilo Flandriju, 23,5 posto Valoniju i 16,4 posto Bruxelles.

Uslijed svjetske pandemije COVID-19 koja je zatvaranjem država diljem svijeta loše utjecala na cjelokupno gospodarstvo, a posebice na turistički i uslužni sektor, Belgija bilježi značajan pad turističkih dolazaka. Kako se s početkom 2022. godine mjere ublažavaju i ograničenja putovanja ukidaju tako se polako oporavlja turističko tržište, no za povratak na rezultate rekordne turističke 2019. godine trebat će više vremena. Dodatno opterećenje turizmu u Europi i svijetu s početkom 2022. godine ima i rat u Ukrajini, zemlji koja graniči sa zemljama Europske unije. Višemjesečni rat u Ukrajini, kao i prestanak suradnje Europske unije s Rusijom, te nametnute gospodarske sankcije suradnje zemalja EU-a i Rusije reflektirale su se na cijenu energenata (plin, električna struja i voda) što dodatno opterećuje gospodarstvo te se na području Europske unije, u svim zemljama bilježi značajan rast inflacije. Nastavi li se takva situacija, ponovno će se na udaru naći turistički sektor, kako zbog viših cijena održavanja turističkih sadržaja i resursa tako i zbog inflacijom uvjetovanoga smanjenja turističkih putovanja.

Belgija u 2022. godini ponovno bilježi povećanje turističkih dolazaka, a zbog svjetski uzrokovanih gospodarskih i zdravstvenih kriza turistički razvoj u nadolazećem razdoblju pronalazi u

## 8. LITERATURA

1. Antunac, I. (2001) *Turizam: Teorijsko-znanstvene rasprave*. Zagreb: Instituta za turizam.
2. Bartoluci, M. (2013) *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva* Zagreb: Udžbenici sveučilišta u Zagrebu.
3. Booking.com,  
[https://www.booking.com/hotel/be/helmet.hr.html?aid=318615&label=New\\_Croatian\\_HR\\_HR\\_27026356585-hqDH6w4lj6ticEppX](https://www.booking.com/hotel/be/helmet.hr.html?aid=318615&label=New_Croatian_HR_HR_27026356585-hqDH6w4lj6ticEppX) (10.09.2022.)
4. Cicvarić, A. (1990) *Ekonomika turizma*. Zagreb: Zagreb.
5. Ćorluka, G. (2019) *Organizacija turizma*. Split: Sveučilišni odjel za stručne studije, Sveučilište u Splitu.
6. Degenhart, J. (2021.) <https://www.statista.com/forecasts/1153480/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-belgium#statisticContainer>, ( 24.05.2022.)
7. Hrvatska enciklopedija, Belgija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža
8. Hrvatska turistička zajednica, profili turističkog tržišta [https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-02/Belgija\\_profil\\_2022.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-02/Belgija_profil_2022.pdf), (24.05.2022.)
9. Jelinčić, D. (2008) *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Maeandarmedia.
10. Jelinčić, D. (2010) *Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima*. Zagreb: Meandarmedia.
11. Kladarin, B., Grabovac, V., Somek, P. (2021) *Najposebnija mjesta na Zemlji — Vodič kroz sve lokalitete UNESCO-a*. Zagreb: Izdavačka kuća Meridijani.
12. Kraljevina Belgija, <https://www.belgium.be> ( 30.08.2022.)
13. Dragan Magaš i suradnici (2018) *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište Rijeka.

14. Pirjevec, B. (1998) *Ekonomska obilježja turizma*. Zagreb
15. Somek i suradnici (2021) *UNESCO. Vodič kroz svjetsku baštinu*. Biblioteka Geographia Croatia. Knjiga 59. Zagreb. 2021.
16. UNESCO <https://whc.unesco.org/>, (24.05.2022.)
17. UNESCO. World heritage list. <https://whc.unesco.org/en/list/> (29.08.2022.)
18. UNESCO. <https://en.unesco.org/creative-cities/home> (03.05.2022.)
19. UNESCO. <https://en.unesco.org/global-geoparks/famenne-ardenne> (03.05.2022.)
20. Vijeće Europe. *Europska strategija za kulturnu baštinu u 21. stoljeću*, <https://min-kulture.gov.hr/> ( 30.08.2022.)
21. Vodeb, dr. sc. Zrinka Zadel (2018) *Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu*. Sveučilište Rijeka.
22. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001) *Rječnik turizma* Zagreb: Masmedia.
23. Wikipedia, <https://hr.wikipedia.org/wiki/Belgija> (03.06.2022.)

---

**PRILOZI****POPIS GRAFIKONA**

<b>Grafikon 1</b> Koje proizvode smatraju prepoznatljivim za Belgiju .....	33
<b>Grafikon 2</b> Doživljaj i osjećaj sigurnosti u Belgiji .....	34
<b>Grafikon 3</b> Motiv posjeta Belgiji .....	34
<b>Grafikon 4</b> Motivi ispitanika koji bi željeli posjetiti Belgiju .....	35
<b>Grafikon 5</b> Gradovi koje su posjetili u Belgiji .....	35
<b>Grafikon 6</b> Gradovi u Belgiji koje bi ispitanici voljeli posjetiti .....	36
<b>Grafikon 7</b> Duljina boravka ispitanika koji su posjetili Belgiju .....	37
<b>Grafikon 8</b> Željena duljina boravka u Belgiji .....	37
<b>Grafikon 9</b> Željena organizacija putovanja u Belgiju .....	38
<b>Grafikon 10</b> Organizacija putovanja u Belgiji onih koji su je već posjetili .....	38
<b>Grafikon 11</b> Željeni smještaj u Belgiji .....	39
<b>Grafikon 12</b> Odabrani smještaj u Belgiji .....	39

**POPIS ILUSTRACIJA**

<b>Slika 1.</b> Karta Belgije — gradovi .....	11
<b>Slika 2.</b> Brugge — stari grad .....	18
<b>Slika 3.</b> Brugge — toranj Belfort .....	19
<b>Slika 4.</b> Flamansko slikarstvo — Brugge .....	20
<b>Slika 5.</b> Gospa iz Bruggesa — Bogorodica s djetetom .....	21



<b>Slika 6.</b> Brugge — arhitektura starog grada .....	21
<b>Slika 7.</b> Gent — Jazz festival .....	24
<b>Slika 8.</b> Gent - the Belfry tower .....	25

## POPIS TABLICA

<b>Tablica 1.</b> Klasifikacija destinacija prema UNWTO-u (Svjetska turistička organizacija) .....	15
---	----

**ANKETNI UPITNIK**

Kojeg ste spola? \*

- Muško
- Žensko
- Ostalo:

Trenutačno ste? \*

- Student/ica
- Zaposlen/a
- U mirovini
- Nezaposlen/a
- Ostalo:

Označite svoju starosnu dob u godinama. \*

- 18-30
- 30-45
- 45-65
- 65 i više

Od kuda dolazite? \*

- Zagreb i okolica
- Krapinsko-zagorska županija
- Međimurska županija
- Varaždinska županija
- Ostali dijelovi Hrvatske

Jeste li upoznati s turističkim atrakcijama Belgije? \*

- Da
- Ne

Koje proizvode smatrate prepoznatljivima za Belgiju? \*

- Pivo
- Waffle
- Čokolada
- Dijamanti
- Ostalo:

Koja je Vaša percepcija Belgije? \*

- Sjedište EU-a
- Kulturno povijesna, turistička destinacija u EU-u

Vaši izvori informacija o Belgiji? \*

- Posjetio/la
- Preporuke bliskih osoba
- Turističke agencije
- Mediji (TV, Internet)
- Prospekti, brošure
- Ostalo:

Jeste li ikada bili u Belgiji? \*

- Da
- Ne

Koji bi bio Vaš motiv za posjet Belgiji?\*

- Kulturno-povijesne znamenitosti
- Odmor
- Posjet prijateljima ili obitelji
- Poslovno
- Upoznavanje novih mjesta
- Gastronomska ponuda

Koliko biste se voljeli zadržati u Belgiji?\*

- 2 — 5 dana
- 10 dana
- 14 dana
- ostalo:
- 

Kako biste najrađe organizirali put u Belgiju?

- Turistička agencija
- Samostalno
- ostalo:
- 

Smještaj u turističkoj destinaciji?

- Hotel
- Privatan smještaj
- Hostel
- ostalo:
- 

Koje biste gradove voljeli posjetiti?\*

- Bruxelles
- Antwerpen
- Brugge
- Oostende
- Namur

Mislite li da je Belgija sigurna zemlja?\*

- Da
- Ne

Koji je bio Vaš motiv odlaska u Belgiju?

- Kulturno-povijesne znamenitosti
- Odmor
- Posjet rodbini/prijateljima
- Poslovno
- Upoznavanje novih mjesta
- Gastronomska ponuda
- ostalo:
- 

Duljina trajanja Vašeg boravka u Belgiji?

- 2 — 5 dana
- 10 dana
- 14 dana
- ostalo:
- 

Organizacija dolaska u Belgiju?\*

- Turistička agencija
- Vlastita organizacija
- ostalo:
- 

Smještaj u turističkoj destinaciji?\*

- Hotel
- Privatni smještaj
- Hostel
- Ništa od navedenog

Koje gradove ste posjetili?\*

- Bruxelles
- Gent
- Antwerpen
- Brugge
- Namur
- Spa
- Oostende

Jeste li se osjećali sigurno u Belgiji?\*

- Da
- Ne

Bogatstvo gastronomske ponude?\*

- Da
- Ne

Ocijenite kvalitetu prirodnih ljepota i okoliša\*

Nezadovoljavajuća 1 2 3 4 5 izrazito zadovoljavajuća

Ocijenite kvalitetu ponude smještaja\*

Nezadovoljavajuća 1 2 3 4 5 izrazito zadovoljavajuća

Ocijenite gostoljubivost i pristupačnost domaćega stanovništva\*

Nezadovoljavajuća 1 2 3 4 5 izrazito zadovoljavajuća

Prometna dostupnost i povezanost\*

Nezadovoljavajuća 1 2 3 4 5 izrazito zadovoljavajuća

Kvaliteta hrane u restoranima\*

Loša 1 2 3 4 5 izrazito kvalitetna

Ocijenite raznolikost kulturno-povijesnih sadržaja u Belgiji

Nedostatan sadržaj 1 2 3 4 5 izrazito zadovoljavajuća

Kako Vam se svidjela Belgija?\*

Uopće mi se ne sviđa 1 2 3 4 5 izrazito mi se sviđa

Koja je vjerojatnost da Belgiju kao turističku destinaciju preporučite prijateljima\*

Nemalo vjerojatno 1 2 3 4 5 vrlo vjerojatno

Ocijenite cjelokupnu ponudu turističke destinacije\*

Nezadovoljni 1 2 3 4 5 izrazito zadovoljni