

Turističke regije sjeveroistočne Italije

Habek, Ivana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:110:835747>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-10**



Repository / Repozitorij:

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





MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Ivana Habek, 0313026827

Turističke regije sjeveroistočne Italije

Završni rad

Čakovec, rujan 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Ivana Habek, 0313026827

Turističke regije sjeveroistočne Italije

Tourist regions of northeastern Italy

Završni rad

Mentor:

Mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred

Čakovec, rujan 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PRIJAVA TEME I OBRANE ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG RADA

Stručni prijediplomski studij:

Računarstvo Održivi razvoj Menadžment turizma i sporta

Stručni diplomski studij Menadžment turizma i sporta:

Pristupnik: IVANA HABEK, JMBAG: 0013006827
(ime i prezime)

Kolegij: TURIZAM I RAZVOJ
(na kojem se piše rad)

Mentor: mr.sc. Ivan Hegedu
(ime i prezime, zvanje)

Naslov rada: TURISTIČKE REGIJE SJEVERNOISTOČNE ITALIJE

Naslov rada na engleskom jeziku: TOURIST REGIONS OF NORTHEASTERN ITALY

Članovi povjerenstva: 1. TOMISLAV HUBLIN, predsjednik
(ime i prezime, zvanje)
2. NENAD BRESLAUER, član
(ime i prezime, zvanje)
3. mr.sc. Ivan Hegedu, mentor
(ime i prezime, zvanje)
4. TIBOR RODIGER, zamjenski član
(ime i prezime, zvanje)

Broj zadatka: 2023-MTS-14

Kratki opis zadatka: Italija je obično bila turistički atraktivna destinacija a svaka destinacija je turistički doživljaj.

Kojim turističkim obilježjima raspolaže sjeverno istočna Italija? Koji su njezini najpoznatiji turistički resursi?

Ima li navedena regija kakvu prepoznatljivu turističku kulturno-povijesnu baštinu koja je prepoznata na svjetskoj turističkoj karti?

Odakle dolazi najveći broj turističkih posjetitelja i kako i na koji način se navedena regija promovira?

Datum: 2024. 04. 04.

Potpis mentora: Ivan Hegedu

ZAHVALA

Ovaj rad nastao je kao rezultat želje za istraživanjem manje poznatog područja na svjetskoj turističkoj karti te da se pridonese upoznavanju istoga, a tema je odabrana na temelju dugogodišnje želje za posjetom tog specifičnog područja te upotpunjavanja znanja o njemu, a u konačnici važnih za njihov daljnji turistički razvoj i promociju.

Kod izrade rada, naišle su mnoge prepreke prema kojima je bilo potrebno detaljnije istraživanje zadanog područja, a primjenom do sada stečenog znanja tijekom trogodišnjeg studiranja.

Posebno zahvaljujem svom mentoru mr. sc. Ivanu Hegedušu, v. pred na iznimnoj pomoći ne samo tijekom izrade završnog rada, već i na usmjeravanju tijekom cjelokupnog studiranja.

Hvala svim kolegama i kolegicama na međusobnoj podršci i prijateljstvu tijekom trogodišnjeg studiranja.

Posebice se zahvaljujem obitelji na potpunoj podršci kroz cjelokupno obrazovanje.

Autorica,

Ivana Habek

SAŽETAK

Turističke atrakcije ključan su i najprivlačniji element turističke destinacije. Pojam atrakcija nastao je 60-ih godina 20. stoljeća. Svaka turistička atrakcija na svoj način pridonosi razvoju destinacije te se tako smatraju glavnim resursima. Radom se nastoje analizirati turističke regije sjeveroistočne Italije, a sa osobitim fokusom na četiri glavne regije: Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia i Trentino – Alto Adige definirajući njihovu prepoznatljivu kulturno-povijesnu baštinu identificiranu i na svjetskoj turističkoj karti, statističke podatke ukupnih turističkih dolazaka te način promoviranja pojedine regije, a putem regionalnih turističkih zajednica i njihovih specifično osmišljenih programa za pripadajuću regiju. Cilj rada je predočiti regije kao atraktivne elemente određene turističke destinacije te naglasiti njihovu važnost u turizmu. U istraživačkom segmentu rada, provodit će se analiza o preferencijama turističkih atrakcija sjeveroistočne Italije putem anketnog upitnika, pružajući objektivniji uvid u preferencije turističkih posjetitelja u pogledu raznolikih atrakcija, njihovo zadovoljstvo nakon posjeta istima te opća prepoznatljivost.

***Ključne riječi:** turizam, turističke atrakcije, turističke regije, sjeveroistočna Italija, turistička promocija, turističke preferencije*

ABSTRACT

Tourist attractions are the key and most attractive element of tourist destination. The term attraction was created in 60s of the 20th century. Each tourist attraction contributes in its own way to the development of the destination and is therefore considered the main resource. The thesis aims to analyze the tourist regions of northeastern Italy, with a particular focus on four main regions: Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia and Trentino – Alto Adige, defining their recognizable cultural and historical heritage identified on the world tourist map, statistical data of total tourist arrivals and the ways of promoting a particular region, mainly through regional tourist boards and their specifically designed programs for the respective region. The main goal of the thesis is to present regions as attractive elements of a certain tourist destination and to emphasize their importance in tourism. In the research segment of the thesis, an analysis of the preferences of tourist attractions in northeastern Italy will be conducted through a survey questionnaire, providing more objective insight into the preferences of tourist visitors regarding various attractions, their contentment after visiting them and general recognition.

***Keywords:** tourism, tourist attractions, tourist regions, northeastern Italy, tourist promotion, tourist preferences*

Popis korištenih kratica

- COVID-19 – pandemija nastala 2020. godine
- UN – Ujedinjeni narodi
- UNWTO – Međunarodna organizacija i specijalizirana agencija Ujedinjenih naroda
- RH – Republika Hrvatska
- ND – nedokoličarske atrakcije
- UNESCO – Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (eng. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation*)
- ONC – Dobrotvorna zaklada za talijanske veterane (tal. „*Opere Nazionale per i Combattenti*“)
- BDP – Bruto domaći proizvod
- SAD – Sjedinjene Američke Države
- IGP – zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla (prehrambeni proizvodi i vino)
- DOP – zaštićena oznaka izvornosti (prehrambeni proizvodi i vino)

SADRŽAJ

ZAHVALA

SAŽETAK

ABSTRACT

Popis korištenih kratica

1. UVOD	1
2. DEFINIRANJE TURIZMA	3
2.2. Definiranje turističkih regija	4
2.1. Vrste turizma	4
2.2. Definiranje turističkih atrakcija	8
2.3. Vrste turističkih atrakcija	9
3. ITALIJA	12
3.1. Kratka povijest Italije	13
3.2. Najpoznatiji turistički resursi Italije	14
3.2.1. Obala Amalfi	14
3.2.2. Jezero Como	14
3.2.3. Most Rialto	15
4. SJEVERNOISTOČNA ITALIJA	16
4.1. Okusi sjeveroistočne Italije	16
4.2. Emilia-Romagna	16
4.3. Veneto	17
4.4. Friuli-Venezia Giulia	18
4.5. Trentino – Alto Adige (Južni Tirol)	19
5. TURISTIČKE ATRAKCIJE SJEVEROISTOČNE ITALIJE	20
5.1. Kulturno-povijesna baština Emilie-Romagne	20
5.1.1. Bologna sveučilište	20
5.1.2. Danteov grob	20
5.3. Kulturno-povijesna baština Veneta	20
5.3.1. Bazilika svetog Marka	20
5.3.2. Duždeva palača	21
5.4. Kulturno-povijesna baština Friuli-Venezie Giulie	22
5.4.1. Dvorac Miramare	22
5.4.2. Akvileja	22
5.4. Kulturno-povijesna baština Trentino – Alto Adigea (Južnog Tirola)	23
5.4.1. Dolomiti	23

5.4.2. Trauttmansdorff dvorac	24
6. TURISTIČKI POSJETITELJI ITALIJE.....	25
6.1. Turistički posjetitelji Emilie-Romagne	25
6.1.1. Promocija Emilie-Romagne	26
6.2. Turistički posjetitelji Veneta	26
6.2.1. Promocija Veneta	28
6.3. Turistički posjetitelji Friuli-Venezie Giulie	28
6.3.1. Promocija Friuli-Venezie Giulie	28
6.4. Turistički posjetitelji Trentino – Alto Adigea (Južnog Tirola).....	29
6.4.1. Promocija Trentino – Alto Adige.....	30
7. ZARADA OD TURIZMA ITALIJE.....	31
8. ANALIZA PREFERENCIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA SJEVEROISTOČNE ITALIJE	32
8.1. Metodologija istraživanja	32
8.2. Rezultati istraživanja	32
8.3. Ograničenja istraživanja.....	48
9. ZAKLJUČAK	49
Izjava o autorstvu	51
LITERATURA.....	52
POPIS ILUSTRACIJA.....	56
PRILOZI.....	57
Anketni upitnik	57

1. UVOD

Ovim radom se nastoji prikazati prostor sjeveroistočne Italije kao atraktivno i pristupačno područje sa velikom raznolikošću na području sporta, kulture, povijesti te odmora. Sa svojim kulturološkim nasljeđem i različitim prirodnim bogatstvima predstavlja jednu od najposjećenijih regija u Europi. Prostor obuhvaća četiri glavne regije, a od kojih svaka ima svoje jedinstvene attribute i resurse koje ih čine privlačnim velikim skupinama turista, a čemu svjedoči i rast brojki turističkih posjetitelja iz godine u godinu. Kao jedna od najrasprostranjenijih djelatnosti u svijetu, turizam na području sjeveroistoka Italije daje značajan doprinos lokalnom razvoju te daljnjem razvoju specifičnih oblika turizma, a posebice u pogledu turističkih atrakcija, koje nude širok raspon sadržaja u svakom dijelu od četiri postojeće turističke regije u kojima mogu uživati različite vrste turista diljem svijeta.

Predmet istraživanja su turističke regije sjeveroistočne Italije kao važan element u turističkom sektoru i njihov turistički potencijal u pogledu turističkih atrakcija pojedine regije varirajući tako između različitih segmenata turističke ponude destinacije: kultura i povijest, sportske manifestacije, mnogobrojni festivali, gastronomija te odmor i rekreacija.

Cilj završnog rada je provesti istraživanje o preferencijama turističkih atrakcija sjeveroistočne Italije između ispitanika različitih demografskih karakteristika, njihovo zadovoljstvo nakon posjeta atrakcijama te opća prepoznatljivost pojedinih atrakcija u turističkim regijama i njihovim provincijama.

Nakon uvoda, u drugom poglavlju definirani su osnovni pojmovi rada: turizam, vrste turizma, turističke regije, turističke atrakcije i njezine postojeće vrste kao polazište za identifikaciju i dublji uvid u temu samog rada. Pojmovi se definiraju na nekoliko načina prema različitim stručnjacima.

U trećem poglavlju opisuje se prostor Italije kao turističke velesile te njezina glavna obilježja: glavni grad, službeni jezik, njezino stanovništvo, položaj na svjetskoj karti te njezina kratka povijest. Uključuje i najpoznatije turističke resurse države, a koji pružaju značajan doprinos razvoju turizma.

Četvrto poglavlje fokusira se na sam prostor sjeveroistočne Italije opisujući njezin geografski položaj uz četiri glavne turističke regije koje počivaju unutar teritorija te kratak opis gastronomije sjeveroistočne Italije.

U petom poglavlju iznosi se specifična kulturno-povijesna baština sjeveroistočnog dijela Italije za svaku pojedinu turističku regiju protežući se od povijesnih građevina, prirodnih fenomena te povijesnih gradova.

U šestom poglavlju naveden je segment turističkih posjetitelja Italije opisujući odnose turizma i svjetskih kriza poput pandemije COVID-19, ali i stanje nakon iste prema brojkama turističkih dolazaka te nacionalnosti posjetitelja uz tablični prikaz turističkih posjetitelja u određenim godinama u milijunima dolazaka. Nakon toga slijede potpoglavlja turističkih regija i njihovih posjetitelja dovodeći u usporedbu podatke o dolascima prema godinama prije i nakon pandemije. Uz svako potpoglavlje postavljen je i podnaslov koji opisuje načine turističke promocije u područjima regija u svrhu proširenja različitih oblika turističke ponude pojedinog teritorija.

Sedmo poglavlje donosi podatke o zaradi od turizma Italije, još jednom se fokusirajući na prepandemijsko stanje i ono nakon. Iznose se podaci o razinama potrošnje domaćih i inozemnih turista prema njihovoj nacionalnosti i najtraženijim destinacijama.

Osmo poglavlje namijenjeno je za analizu preferencija turističkih atrakcija sjeveroistočne Italije kojim se pruža uvid u turističke atrakcije kao dio ponude turističke destinacije predstavljajući odlučujući motiv putovanja turističkih posjetitelja. Podrobnije prikazuje metodologiju istraživanja, njene rezultate nakon prikupljanja podataka te ograničenja istraživanja. Podaci su kronološki analizirani prema spolu, dobi, trenutnom statusu ispitanika, županiji prebivališta.

U zaključnom poglavlju objašnjava važnost turizma kao djelatnosti pružajući jedinstvene doživljaje za svaku skupinu turističkih posjetitelja. Navodi se Italija kao svjetska velesila uz najpoznatije turističke resurse ispunjene regionalnom raznolikošću posebno ističući četiri glavne turističke regije. Zaključak ističe najrelevantnije informacije i rezultati istraživanja do kojih se došlo, analizirajući važnije segmente anketnog upitnika: dob, županija prebivališta i načini planiranja putovanja. Nakon toga utvrđeni su motivi dolaska posjetitelja.

U radu će se upotrebljavati stručna literatura povezana sa područjem sjeveroistoka Italije te pripadajući internetski izvori.

2. DEFINIRANJE TURIZMA

Turizam kao uvelike rasprostranjena uslužna djelatnost svakodnevno se proširuje i stvara nove, jedinstvene oblike i doživljaje koji privlače sve ciljne skupine turista. Na temelju toga, ima mnoge svoje definicije prema raznovrsnim stručnjacima i organizacijama te s područja turističke potražnje ali i turističke ponude. Definicija turizma očituje se u onoj prema Alfieru (1977:15), a koji upozorava kako turizam nije isključivo gospodarska aktivnost, već ga se može shvatiti i kao aktivnosti pomoću koje čovjek ostvaruje i unaprjeđuje ljudske osobine općenito, osobine čovječnosti, bilo u pogledima i spoznajama pojedinaca, u njihovu odnosu prema svijetu i prema prirodi (str. 29). Isto tako, jedna od mnogih definicija turizma je najstarija i najcitiranija definicija turizma od strane dvojice švicarskih teoretičara turizma Waltera Hunzikera i Kurta Krapfa, a koji su još 1942. godine definirali turizam sljedećim riječima: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.“ (Marković, Marković, 1970:10) (str. 29).

Iz mnogih definicija turizma proizlaze i sljedeća temeljna obilježja turizma (Čavlek, 2011a:30) (str. 3):

- Turizma nema bez putovanja i boravka ljudi u turističkim odredištima (gdje sudjeluju u različitim nelukrativnim aktivnostima),
- Svrha putovanja u destinaciji nikada se ne veže uz lukrativne aktivnosti i/ili zapošljavanje,
- Putovanje i boravak se moraju odvijati izvan uobičajene sredine boravka,
- Putovanje je dvosmjerno (jer se osoba nakon posjeta turističkoj destinaciji vraća u mjesto stalnog boravka),
- Putovanje ima definiran vremenski interval (do 12 mjeseci),
- U destinaciji (turističkom odredištu) turisti troše (ne ostvaruju prihode tj. ne privređuju).

Prema procjenama Svjetske turističke organizacije, turizam danas čini 8% svjetskog izvoza u kontekstu međunarodne turističke potrošnje na robu i usluge, što ujedno čini veći postotak od automobilske i naftne industrije, informacijskih tehnologija, industrije hrane i kemijske industrije (Bartoluci, Čavlek i sur., 2007) (str. 1).

2.2. Definiranje turističkih regija

U stručnom smislu riječi, turistička regija može se opisati kao geografski prostor u kojem postoje zajednička obilježja i sinergija između turističkih proizvoda i usluga u turističkoj ponudi, a glavni cilj je poboljšanje općih uvjeta života, posebno kvalitete života lokalnog stanovništva (Bartoluci, 2013) (str. 157). U istom kontekstu, pojam „turistička regija“ nerijetko se upotrebljava kao sinonim za „turističku destinaciju“ iako ta dva pojma nisu istovjetna, a može biti shvaćena kao cjelina u administrativnim granicama u sklopu koje se razvija turistički sustav (Bartoluci, 2013) (str. 157).

Kako bi neka turistička regija dobila svoja svojstva i naziv, postoje određeni kriteriji regionalizacije određenog turističkog prostora: homogenost, funkcionalnost, autonomnost ili samodostatnost (Vukonić, Čavlek i sur. 2001:395) (str. 157). U tablici 1. vidljive su dvije vrste turističkih regija prema njihovoj homogenosti.

Tablica 1. Turističke regije prema homogenosti

Homogena turistička regija	Temelji se na turizmu kao stožernoj ekonomskoj aktivnosti koja povezuje mnoge gospodarske i društvene djelatnosti, a turizam je glavni izvor dohotka stanovnika.
Heterogena turistička regija	Ona je u kojoj turizam ravnomjerno sudjeluje u stvaranju dohotka kao pojedine gospodarske djelatnosti.

Izvor: Bartoluci (2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, str. 157.

2.1. Vrste turizma

Razne vrste turizma se međusobno ne isključuju, već svaka vrsta može ujedno predstavljati i neku drugu, odnosno svaka nova vrsta turizma je na neki način povezana s drugom. Na taj način se vrste turizma mogu utvrđivati prema statističkim (tablica 2.) i nestatističkim (prostornim, vremenskim, načinu putovanja i obilježjima sudionika putovanja) (tablica 3.) kriterijima (Bartoluci i sur., 2021) (str. 5-6). U tablici 2. vidljive su vrste turizma, a koje su podijeljene prema statističkim kriterijima koji su važni uz utvrđivanje osam glavnih vrsta turizma.

Tablica 2. Vrste turizma prema statističkim kriterijima

Vrsta turizma	Engleski naziv	Objašnjenje
domaći	(domestic)	<ul style="list-style-type: none">• Znači posjete posjetitelja unutar države koji su rezidenti te države tj. predstavlja turistička putovanja domicilnog stanovništva (rezidenata) u različite destinacije unutar te države (npr. putovanja njemačkih državljana unutar Njemačke)• Za RH: ako bi se pratilo prema broju ostvarenih noćenja to bi bila noćenja domaćih turista u RH
Receptivni ili ulazni turizam	(inbound)	<ul style="list-style-type: none">• Znači posjete posjetitelja onih država koji nisu rezidenti te države tj. predstavlja turiste nerezidente koji borave u promatranj zemlji (npr. turisti iz Austrije kada borave u RH)• Za RH: ako bi se pratilo prema broju noćenja to bi bila noćenja inozemnih turista ostvarena u RH
Emitivni ili izlazni	(outbound)	<ul style="list-style-type: none">• znači posjete rezidenata države izvan te države tj. uključuje turistička putovanja u druge zemlje (npr. turisti iz Austrije koji putuju u RH)• za RH: broj odlazaka hrvatskih državljana na putovanja u inozemstvo
Interni ili unutrašnji	(internal)	<ul style="list-style-type: none">• znači domaći i receptivni turizam tj. uključuje turistička putovanja rezidenata i nerezidenata ostvarenih u jednoj državi (npr. turisti iz Austrije u RH i domaći turisti u RH)

		<ul style="list-style-type: none"> • za RH: prema noćenjima to bi bila ukupna noćenja ostvarena u RH od domaćih i inozemnih turista
Nacionalni	(national)	<ul style="list-style-type: none"> • znači domaći i emitivni turizam tj. uključuje sva turistička putovanja rezidenata ostvarena u zemlji i u inozemstvu (npr. putovanja državljana Austrije u zemlji i inozemstvu) • za RH: to bi bila sva putovanja hrvatskih državljana u inozemstvo i putovanja tj. noćenja ostvarena u turističkim destinacijama u zemlji
Međunarodni	(international)	<ul style="list-style-type: none"> • znači posjete posjetitelja koji nisu rezidenti nekoj drugoj državi tj. uključuje kombinaciju receptivnog i emitivnog turizma tj. svih putovanja koja se ostvaruju izvan državnih granica u RH: sva putovanja tj. noćenja inozemnih turista ostvarenih u RH
Intraregionalni		<ul style="list-style-type: none"> • (intra znači unutar) podrazumijeva turistička putovanja rezidenata u drugu državu iste regije, npr. putovanja državljana Njemačke u Italiju, koja je članica EU-a
Interregionalni		<ul style="list-style-type: none"> • (inter znači između) podrazumijeva turistička putovanja rezidenata u drugu državu izvan regije u kojoj je njegova zemlja, npr. putovanja državljana Njemačke u SAD

Izvor: prema Bartoluci, M. i sur. (2021): Menadžment sportskoga turizma i njegovih srodnih oblika, str. 5.

Iz tablice 3. vidljive su vrste turizma prema nestatističkim kriterijima, a to su prostorni, vremenski (uključuje trajanja putovanja i razdoblje u godini kada se putuje) način putovanja i obilježja sudionika putovanja (prema njihovim socio-demografskim karakteristikama i njihovom broju) (Bartoluci i sur., 2021) (str. 4).

Tablica 3. Vrste turizma prema nestatističkim kriterijima – prostornim, vremenskim, načinu putovanja i obilježjima sudionika putovanja

Kriteriji podjele vrsta turizma	Vrste turizma
Obilježja sudionika turističkih putovanja	<ul style="list-style-type: none"> • Prema nacionalnoj pripadnosti turista: domaći i inozemni turizam • Prema dobnoj strukturi turista: dječji, omladinski, obiteljski i turizam treće životne dobi; ili prema generacijskim skupinama: baby boom generacija, generacija X, milenijska ili generacija Y, generacija Z • Prema broju sudionika: individualni ili grupni tj. masovni
Vremenski kriterij podjele	<ul style="list-style-type: none"> • Prema trajanju putovanja (izletničko putovanje, vikend putovanje tzv. short break, boravišno putovanje) • Prema godišnjem dobu: ljetni, zimski i sl. • Prema razdoblju turističke sezone: na vrhuncu sezone (najčešće ljetni mjeseci srpanj i kolovoz), predsezonski i posezonski mjeseci te izvansezonski mjeseci (a što je rezultat atraktivnosti koji se posjećuju)
Prostorni kriteriji podjele	<ul style="list-style-type: none"> • Prema vrsti prostora na kojem se događa turizam: urbani (gradski) ili ruralni (seoski), primorski ili planinski, jezerski ili termalno kupališni • Prema razini na kojoj se događa turizam: lokalni, regionalni, nacionalni,

	međunarodni, interregionalni, intraregionalni
Način putovanja	<ul style="list-style-type: none"> • Prema organizaciji putovanja: individualno, organizirano putem turističke agencije ili turoperatora ili nekog drugog posrednika ili mješovito (ako se dio putovanja organizira individualno, a dio organizirano) • Prema stupnju mobilnosti turista: stacionarni (npr. odmorišno-boravišni), tranzitni te mobilni (npr. na brodskom krstarenju tzv. kruzning turizam)

Izvor: prema Bartoluci i sur. (2021): Menadžment sportskoga turizma i njegovih srodnih oblika. str. 6. prilagođeno prema Čavlek. (2011a). Uvod u sustav turizma. Zagreb: Školska knjiga (pristup: 23.4.2024.)

2.2. Definiranje turističkih atrakcija

Gržinić (2020) prema Vukonić i Čavlek (2001) te Hrvatskom leksikonu definira osnovno značenje riječi atrakcija, dolazeći od latinskog glagola *attrahere* (privlačiti, povući). Pojam atrakcija nastao je 60-ih godina 20. stoljeća odnoseći se na sve prirodne procese i društvene sadržaje koji imaju privlačnu snagu, draži, čari, ostvarenje snova i sl. (str. 6).

Naime, pojam turističkih atrakcija ima mnoge definicije, pa se tako iste mogu definirati kao: „Privlačan element u nekoj turističkoj destinaciji u obliku kulturno-povijesne baštine, prirodne cjeline ili pojave priredbe događaja koji motivira turiste za dolazak i okosnica je razvoja turizma u destinaciji“ (Čavlek i sur., 2011) (str. 393).

Fletcher i sur. (2013) navodi kako za mnoge turističke destinacije diljem svijeta, njihove turističke atrakcije služe kao katalizator privlačenja turističkih posjetitelja. Turističke atrakcije su brojne, raznolike, a često imaju ograničene resurse za upravljanje njima, dok istovremeno predstavljaju najvažniji motiv za odlazak u destinaciju u svoje slobodno vrijeme. Stoga je turistička atrakcija središte rekreacijskih, a djelomično i obrazovnih aktivnosti, a za privlačenje što većeg broja turističkih posjetitelja, potrebna je prilagodba željama različitih vrsta posjetitelja

uz korištenje strategija prikazivanja najpoznatijih atrakcija na svjetskoj turističkoj karti, poput Koloseuma u Rimu ili zgrade Parlamenta u Ujedinjenom Kraljevstvu i sl. (str. 314).

Peter (2018: 15, <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A2710/datastream/PDF/view>) prema Čavlek i sur. (2011) zaključuje kako je svaka turistička regija ili destinacija ima neku atrakciju koja pridonosi privlačnosti te destinacije te stoga turističke atrakcije predstavljaju glavne turističke resurse svake destinacije. Tako se na jednostavan način turisti najčešće dijele s domicilnim stanovništvom (Datum pristupa: 25.4.2024.)

Kako svaka regija ili destinacija ima neku atrakciju koja pridonosi privlačnosti te destinacije, u mnogim turističkim literaturama posebno se ističu elementi atraktivnosti destinacije, a koje pridonose percepciji neke destinacije kod posjetitelja (Vukonić i Keča, 2001:35) (str. 393):

- Klima i prirodne ljepote,
- Kulturna i društvena obilježja,
- Dostupnost,
- Odnos prema turistima,
- Infrastruktura,
- Razina cijena,
- Mogućnosti za kupnju,
- Sadržaji za sport, rekreaciju i edukaciju i dr.

2.3. Vrste turističkih atrakcija

Prije podjele turističkih atrakcija, Peter (2018: 17, <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A2710/datastream/PDF/view>) prema Kušen (2010) obrazlaže kako je temelj turističkog razvoja turistička atrakcijska osnova, a u konačnici ju je potrebno identificirati, evaluirati i prezentirati na razini turističke destinacije. (Datum pristupa: 25.4.2024.)

Osnovna klasifikacija realnih i potencijalnih atrakcija prikazana je u obliku tablice (tablica 4.), a koja dijeli turističke atrakcije na 16 osnovnih vrsta atrakcija.

Tablica 4. Osnovna klasifikacija realnih i potencijalnih turističkih atrakcija

BR.	OSNOVNE VRSTE ATRAKCIJA	PRIPADAJUĆI MOTIVI/AKTIVNOSTI	GRUPE ATRAKCIJA			
			P	I	P	M
1.	GEOLOŠKE ZNAČAJKE PROSTORA	Sportska rekreacija, dokoličarska edukacija ¹ , zadovoljstvo, nedokoličarski motivi ²	P R I R O D N E S T V O R E N E	I Z V O R N E	P R E T E Ž I T O D O K O L I Č A R S K E	M A T E R I J A L N E
2.	KLIMA	Odmor i oporavak, sportska rekreacija, dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, nedokoličarski motivi				
3.	VODA	Odmor i oporavak, sportska rekreacija, dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, nedokoličarski motivi				
4.	BILJNI SVIJET	Odmor i oporavak, dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, nedokoličarski motivi				
5.	ŽIVOTINJSKI SVIJET	Dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, sportska rekreacija, nedokoličarski motivi				
6.	ZAŠTIĆENA PRIRODNA BAŠTINA	Dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, sportska edukacija, nedokoličarski motivi				
7.	ZAŠTIĆENA KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA	Dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, nedokoličarski motivi				
8.	KULTURA ŽIVOTA I RADA	Dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, nedokoličarski motivi				

¹ Obrazovanje jedino radi osobnog zadovoljstva

² Redovno obrazovanje, poslovna putovanja, liječenje, tranzit i sl.

9.	ZNAMENITE OSOBE I POVIJESNI DOGAĐAJI	Dokoličarska edukacija, nedokoličarski motivi	D O R A Đ E N E	A T E R I J A L N E
10.	MANIFESTACIJE	Zadovoljstvo, dokoličarska edukacija, nedokoličarski motivi		
11.	KULTURNE I VJERSKE USTANOVE	Zadovoljstvo, dokoličarska edukacija, nedokoličarski motivi		
12.	PRIRODNA LJEČILIŠTA	Odmor i oporavak, sportska rekreacija, zadovoljstvo, nedokoličarski motivi		
13.	SPORTSKO- REKREACIJSKE GRAĐEVINE I TERENI	Sportska rekreacija, zadovoljstvo, nedokoličarski motivi		
14.	TURISTIČKE STAZE, PUTOVI I CESTE	Sportska rekreacija, odmor i oporavak, dokoličarska edukacija, nedokoličarski motivi		
15.	ATRAKCIJE ZBOG ATRAKCIJA	Sportska rekreacija, dokoličarska edukacija, zadovoljstvo		
16.	TURISTIČKE PARAATRAKCIJE	Nedokoličarski motivi		

Izvor: prema Kušen (2010). Osnovna klasifikacija realnih i potencijalnih turističkih atrakcija.
Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/16581>, str. 8. (pristup: 25.4.2024.)

³ Nedokoličarske atrakcije

3. ITALIJA

Prema članku iz Hrvatske enciklopedije (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija>) Italija (tal. *Repubblica Italiana*), država je koja se nalazi u južnoj Europi, a sa svojim geografskim položajem smjestila se između Austrije i Švicarske na sjeveru, Slovenije na istoku, Francuske na zapadu te sa San Marinom i Vatikanom unutar talijanskog teritorija obuhvaćajući oko 301 336 km². (Datum pristupa: 27.5.2024.)

Prema Velikoj enciklopediji zemalja (2009) u području Južne Europe Italiju geografski ju opisuje kao raznoliku turističku destinaciju koja je na sjeveru je omeđena alpskim planinskim lancem, a obala Italije se poput čizme pruža u Sredozemno more (str. 135). Na istoku je okružuje Sicilija s vulkanom Etna, a iznad su Liparski otoci sa Sardinijom i otokom Korzikom. Glavni grad je Rim, a službeni jezik je talijanski (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija>). (Datum pristupa: 27.5.2024.)

Kod Velike enciklopedije zemalja (2009) i promatranja stanovništva Italije te njegovog socijalnog i gospodarskog razvitka, dolazi do velike razlike stanovništva sjevera i juga. Stoga je stanovništvo izraslo u veliku zajednicu različitih naroda, nekih sa drugačijim jezikom, no brojčano zastupljenijim – Sardi, Južni Tiroinci i retoromaski Furlani (str. 186). Prema Hrvatskoj enciklopediji i popisu stanovništva iz 2011. godine, stanovništvo Italije broji oko 59 milijuna stanovnika te se time stanovništvo povećalo do 2001. godine za 4,2% (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija>). Prema nacionalnosti, veći postotak stanovništva čine Talijani sa 93,9% uz manjine Njemaca, Slovenaca i Albanaca. U sjevernoistočnoj regiji Trentino – Alto Adige žive Austrijanci, u regiji Valle d' Aosta Francuzi, dok u regiji Friuli-Venezia Giulia žive Slovenci te u regiji Molise čak oko 3000 Hrvata (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija#poglavlje2>). (Datum pristupa: 27.5.2024.)

Prema Velikoj enciklopediji zemalja (2009) Italija kao turistička destinacija podrazumijeva i obilje različitih festivala, posebice se održavaju tijekom turističke sezone. Festivali variraju od kazališnih, glazbenih i plesnih, a ubrajaju se i konjički turniri u Sieni i Ravenni te regate u Veneciji i Pisi (str. 197). U kontekstu talijanske umjetnosti i kulture, već stoljećima imaju duboke korijene u svojoj tradiciji. Tako su brojni talijanski umjetnici pridali određeni doprinos stvaranju modernizma u filmskoj industriji, arhitekturi, modi i dizajnu, umjetničkim rukotvorinama, a posebice u umjetnosti puhanja stakla (str. 188).

Meštrov

(2017:6,

[file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov franka efst 2017 zavrs struc%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov%20franka%20efst%202017%20zavrs%20struc%20(1).pdf))

prema Jepson i sur. (2003) zaključuje: iako je Italija kao ujedinjena država izrazito mlada zemlja jer do 1861. godine nije postojala kao jedinstvena država, ali je svaka od 21 regije i dalje zadržala svoju autentičnost. Tako se država može regionalno podijeliti na dva glavna dijela: bogati Sjever i siromašni Jug, poznat i kao Zemlja popodnevnog sunca (tal. *il Mezzogiorno*). (Datum pristupa: 25.4.2024.)

3.1. Kratka povijest Italije

Meštrov (2017: 7,

[file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20(1).pdf))

prema Jepson i sur. (2003) interpretira kako duga povijest ove države seže sve do doba Etrušćana, a koji su ujedno bili i prva talijanska civilizacija. Isto tako, jedna od civilizacija koja je ostavila najveći trag kroz povijest, bili su Rimljani čiji su moćna vojska i društvena uprava bili temelj na kojem je počivala njihova vlast. Kako se njihova vlast sve više proširivala, vlast su počeli preuzimati generali gdje je jedan od najpoznatijih Julije Cezar. Kroz stotine godina vladali su mnogobrojni carevi i generali poput Trajana, Hadrijana i Marka Aurelija. (Datum pristupa: 25.4.2024.)

Meštrov (2017: 8,

[file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20(1).pdf))

prema Jepson i sur. (2003) navodi kako je Italija u vrijeme renesanse doživjela svoj preporod u području umjetnosti i znanosti, a iz kojih je tadašnje stanovništvo Italije dobilo jedan od naraštaja velikana poput Leonarda da Vinci, Michelangela te Rafaela. Također, iz tog razdoblja potiču i bogate obitelji koje su vladale sjevernim gradovima-državama, poput obitelji Medici iz Firence. (Datum pristupa: 25.4.2024.)

Meštrov (2017: 8,

[file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20(1).pdf))

prema Jepson i sur. (2003) najčešće spominje u povijesti Italije riječ *Risorgimento* (tal. preporod), a koja opisuje pedeset godina borbe za oslobođenje od strane vlasti, a predstavlja vrhunac ujedinjenja Italije 1870. godine u Rimu gdje je i proglašena republika. (Datum pristupa: 25.4.2024.)

3.2. Najpoznatiji turistički resursi Italije

Italija je cijelom svojom teritorijalnom površinom raznolika od sjevera do juga te se zbog toga naziva „riznicom za turiste“ sa turističkom ponudom u svakom dijelu turističkog sektora – kulturno-povijesni turizam, prirodne ljepote, gastronomija, umjetnost, ali i odmor/rekreacija. Kao i svaka zemlja sa svojom turističkom destinacijom, tako i Italija ima svoje prepoznatljive turističke resurse. Neki od njih su: obala Amalfi, jezero Como, Ponte di Rialto i mnogi drugi.

3.2.1. Obala Amalfi

Obala Amalfi (tal. *Costiera Amalfitana*) obalna je linija sa brojnim selima, liticama i kristalno čistim vodama. Kao i većina atrakcija, tj. resursa i ova čuva legendu (<https://grazia.hr/amalfi-obala-italija/>). Prema istoj legendi bog Herkul zaljubio se nimfu Amalfi (<https://grazia.hr/amalfi-obala-italija/>). Nakon njene smrti, na grobnici je dao sagraditi istoimeni grad kako bi svoju besmrtnost povezo sa njezinom dušom te je kasnije današnja obala dobila ime po njoj (<https://grazia.hr/amalfi-obala-italija/>).

Amalfijska obala pruža se pedesetak kilometara duž južnog poluotoka Sorrentina kao dio napuljskog zaljeva. Glavno naselje je Salerno, a od brojnih ostalih naselja najpoznatiji je Positano. Od 1997. godine, obala je zbog svojeg grubog terena, ljepote i raznolikosti uvrštena na UNESCO-ovu listu svjetske baštine (<https://grazia.hr/amalfi-obala-italija/>).

3.2.2. Jezero Como

Nakon jezera Garda i Maggiore, jezero Como (tal. *Lago di Como*) treće je po veličini u hidrografskom dijelu Italije, a njegova dubina od 410 metara čini ga jednim od najdubljih u Europi (<https://toposiguranje.rs/jezero-komo-sve-sto-treba-da-vidite-i-znate/>). Voda jezera rasipa se u tri kraka, tvoreći time oblik ipsilona, a na njihovom okolnom prostoru smješten je najviše posjećen grad Bellagio poznat kao „talijanski Beverly Hills“, dok se unutar grada nalaze se dva luksuzna hotela: Villa Serbelloni i Villa Melzi d'Eril (<https://toposiguranje.rs/jezero-komo-sve-sto-treba-da-vidite-i-znate/>).

Uz Bellagio, na južnom dijelu istočnog kraka jezera nalazi se i urbani dio istoimenog grada Como koji potiče još iz doba Rimskog Carstva. Svoje bogatstvo očituje u kulturnim i umjetničkim sadržajima, a jedan od važnijih je muzej *Museo della Seta* posvećen izlaganju svile od čije proizvodnje i prodaje ovisio opstanak velikog broja stanovništva, ali i samog grada (<https://toposiguranje.rs/jezero-komo-sve-sto-treba-da-vidite-i-znate/>). Uz muzej, prisutni su umjetnička galerija *Pinacoteca Civica* i arheološki muzej (<https://toposiguranje.rs/jezero-komo-sve-sto-treba-da-vidite-i-znate/>).

3.2.3. Most Rialto

D.K. Publishing (2023: 139, [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/ OceanofPDF.com DK Eyewitness Italy 2023 Edition - DK.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition_-_DK.pdf)) opisuju most Rialto, poznat i kao trgovačko središte Venecije, dobio je naziv prema tzv. visokoj obali (tal. *rivo alto*), bivajući jedno od najprometnijih područja u gradu. Stanovnici, ali i posjetitelji izmjenjuju se među šarenim štandovima *Erberije* (tržnice voća i povrća) i *Pescherije* (tržnice ribe), dok se drugi okupljaju na mostu u potrazi za suvenirima i brojnim fotografskim uspomnama. Međutim, most je također najstariji je od četiri postojeća mosta, a poznati umjetnici kao što su Andrea Palladio, Jacopo Sansovino te Michelangelo bili su među važnijim kandidatima za izgradnju istoga, no u konačnici je pobijedio umjetnik prigodnog imena – Antonio da Ponte, odnosno Antonio od Mosta (str. 141-142). (Datum pristupa: 13.8.2024.)

4. SJEVERNOISTOČNA ITALIJA

Sjevernoistočna Italija dio je Sjeverne Italije, spajajući sjeveroistočnu sa sjeverozapadnom Italijom. Nalazi se na području bogatog Sjevera, a koja se sastoji od četiri glavne turističke regije (Slika 1). Četiri glavne regije od kojih se sastoji su: Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia i Trentino – Alto Adige.

Slika 1. Sjeverna Italija



Izvor: <https://www.tenzingws.com/map-italian-wine-regions/> (pristup: 29.7.2024.)

4.1. Okusi sjeveroistočne Italije

Prema svojoj gastronomskoj ponudi, sjeveroistok Italije je „najmanje talijanska“ regija Italije. Zbog Balkanskog i austrijsko-mađarskog utjecaja hrana odražava bogatu kulturu i krajolik te zbog venecijanskih trgovačkih veza dodani su i bliskoistočni okusi u nekolicini jela (D.K. Publishing, 2009) (str. 78).

4.2. Emilia-Romagna

Emilia-Romagna (<https://www.britannica.com/place/Emilia-Romagna>) regija je u sjeverno-središnjoj Italiji, sa popisom stanovnika iz 2011. godine koji broji oko 4 milijuna stanovnika te se sastoji od 9 provincija: Bologna, Ferrara, Forlì, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio nell'Emilia i Rimini protežući se od Jadranskog mora na istoku između rijeke Po na sjeveru te Ligurskih i Toskanskih Apenina na zapadu i jugu sa svojim upravnim središtem u Boligni. D.K. Publishing (2023: 886, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition_-_DK.pdf) naziva regiju srcem, odnosno središtem sjeveroistočne Italije, a većina gradova i pripadajućih provincija nalaze se u blizini tzv. „*Vie Aemilie*“ – rimske ceste izgrađene 187.

godine prije Krista, a odakle potječe ime današnje turističke regije. (Datum pristupa: 13.8.2024.)

Regija je obilata raznim vrstama industrija koje su prisutne, a uzgoj žitarica (pšenica, kukuruz, stočna hrana), vinove loze (vino *lambrusco*), šećerne repe i voća (breskve, kruške, jabuke) na prvom su mjestu (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/emilija-i-romanja>). Uz to poznate su razne prehrambene (*Parmigiano Reggiano*, tjestenina, mesne prerađevine), automobilske (Ferrari, Maserati, Lamborghini, Bugatti) na području provincije Modene te keramičke, kemijske i tekstilne industrije (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/emilija-i-romanja>).

4.3. Veneto

Veneto je regija sjeveroistočne Italije te je jedna od 21 ukupnih regija. Danas broji oko 4,8 milijuna stanovnika, a svoje upravno središte ima u gradu Veneciji te uz talijanski jezik dobar dio stanovništva govori i venetskim jezikom. Veneto je među najbogatijim i najindustrijaliziranim regijama te jedna od turistički najposjećenijih regija sa prosječno 60 milijuna posjetitelja godišnje (<https://enciklopedija.cc/wiki/Veneto>). Regija je iznimnih suprotnosti, od zapanjujućih prirodnih ljepota Dolomita⁴, jezera Garda – najvećeg talijanskog jezera i valovitih Euganejskih brda, do ljudskom rukom stvorenih ljepota starih gradova kao što su Verona, Vicenza i Padova (D.K. Publishing, 2009) (str. 159).

Sastoji se od sedam provincija: Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Verona i Vicenza (<https://wikitravel.org/en/Veneto>). Po veličini osma je najveća talijanska regija, a smještena je na području gdje graniči sa regijom Friuli-Venezia Giulia na istoku, s Emiliom-Romagnom na jugu, sa Lombardijom na zapadu i sa Trentino – Alto Adigeom na sjeveru (<https://www.putovnica.net/odredista/italija/veneto>).

Regija obiluje morem krajolika gdje se izmjenjuju brda i doline isprekidane riječnim kanalima. Upravo Venecija ostavila je značajni trag još od doba Mletačke republike kada je bila poznata kao trgovačka supersila, a danas je ovo područje okrenuto poljoprivredi, vinogradarstvu (vina Soave i Valpolicella), industriji i modi (Benetton) (<https://www.putovnica.net/odredista/italija/veneto>). Okrenuta poljoprivredi, Veneto je jedna od talijanskih regija sa najvećim brojem uzgajatelja riže, a uz klasične talijanske tjestenine česte namirnice na stolu su morski plodovi – najpoznatiji *carpaccio* (D.K. Publishing, 2009) (str. 78).

⁴ Planinska skupina u istočnim Alpama, proglašena prirodnom svjetskom baštinom UNESCO-a

4.4. Friuli-Venezia Giulia

Friuli-Venezia Giulia autonomna je regija sjeveroistočne Italije, a koja graniči sa Slovenijom i Austrijom te sa regijom Veneto, dok je na sjeveru omeđena Alpama (https://enciklopedija.cc/wiki/Furlanija-Julijska_krajina). Najvećim dijelom govori se talijanskim jezikom, no prisutni su još i furlanski, slovenski i njemački jezik (https://enciklopedija.cc/wiki/Furlanija-Julijska_krajina). Regija se sastoji od četiri pokrajine: Gorizia (Gorica), Pordenone, Trieste (Trst) i Udine. Prvotno, ovu regiju činile su samo Udine i Gorizia, a pokrajina Pordenone stvorena je tek 1968. godine. (https://enciklopedija.cc/wiki/Furlanija-Julijska_krajina).

Što se tiče zemljopisnog položaja, regija se sastoji od oko 90% područja Furlanije i dijela tzv. Julijske krajine, a koja je nakon Drugog svjetskog rata ostala dio teritorija Italije. Međutim, iako je regija arhitektonski i kulturološki raznolika, njezin reljef ne dopušta veliki razvoj poljoprivrede. Najviše se uzgajaju kukuruz i šećerna repa te je razvijeno i vinogradarstvo, a uz to je i središte razvoja novih tehnologija (https://enciklopedija.cc/wiki/Furlanija-Julijska_krajina; D.K. Publishing, 2009, str. 159). Na strani industrije većim dijelom prevladavaju mehanička i tekstilna industrija te proizvodnja namještaja (https://enciklopedija.cc/wiki/Furlanija-Julijska_krajina). Prema D.K. Publishing (2009) naziva se „kulinarskim raskrižjem“ zbog susreta triju tradicija: slavenske, germanske i latinske, a nekoć je bila najsiromašnija među sjevernotalijanskim regijama. Danas je regija ispunjena raznolikim kombinacijama okusa, a poznatiji specijaliteti su: austrijska štrudla, šunka te *prosciutto* (str. 79).

Clark i sur. (2018) zaključuju kako se u maloj i najslabije posjećenoj regiji sjeveroistoka svakodnevno provodi kulturna sloga, a kontrast regije počiva na temelju vječno snježnih Julijskih i Karničkih Alpi na sjeveru, ravnica vinove loze u središtu regije, plažama na jugu, lagunama poput venecijanskih i stjenovitim kršu kod Trsta (str. 401).

4.5. Trentino – Alto Adige (Južni Tirol)

Trentino – Alto Adige naziva se još i Južni Tirol te je autonomna regija smještena na samom sjeveru Italije uz granicu sa Austrijom i Švicarskom na području planinskih lanaca Dolomita i Alpa. Najpogodnija je za ljubitelje skijaškog turizma sa poznatim odmorištem Madonna di Campiglio (<https://www.putovnica.net/odredista/italija/trentino-juzni-tirol-alto-adige>). Prema D.K. Publishing (2023: 255, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/_OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition_-_DK.pdf) talijansko govorno područje Trentino – dobivši ime po upravnom središtu Trentu i njemačko govorno područje Alto Adige ili Südtirol kulturološki se značajno razlikuju. Međutim zajednička točka su im Dolomiti. Kroz ledeno područje planinskog lanca prošle su mnoge generacije putnika, a najzanimljivije je otkriće tijela starog oko 5000 godina – čovjek pod imenom *Ötzi* ili tzv. „Ledeni čovjek“. (Datum pristupa: 13.8.2024.)

Clark i sur. (2018) opisuju regiju kao prostor beskonačnih mogućnosti u područjima u kojima se isprepliću avantura i udobnost. Regija danas ima značajan broj ljubitelja skijanja, planinarenja, pjesnika i svježeg zraka, a Sella Ronda slovi kao jedno od najpoznatijih svjetskih skijaških staza. Uz zimski turizam, drvene seoske kuće nižu se dolinama prekrivenim vinovom lozom i voćnjacima, a gradovi regije – Trento na jugu, austro-talijanski Bolzano i bečki Merano daju mogućnost lakšeg kretanja, upoznavanja kulture i zabave (str. 300).

Regija ima mnoge plodne doline, a što omogućava proizvodnju vina, voća, mliječnih proizvoda i drveta, a dok se u području industrije najviše proizvodi papir, kemikalije i metali (https://enciklopedija.cc/wiki/Trentino-Ju%C5%BEEni_Tirol). Isto tako, regija je turistički vrlo razvijena, a osobito u području skijaškog turizma na području doline Gröden. Stanovništvo danas broji oko 940 000 ljudi. Na području regije Trentina najviše etničke skupine su govornici talijanskog (oko 60%) te njemačkog jezika (oko 35%) sa manjinom govornika ladinskog (5%) (https://enciklopedija.cc/wiki/Trentino-Ju%C5%BEEni_Tirol). Na istom području, govornici njemačkog jezika žive većim dijelom u općini Lusern te u dolini Bersntol/Mochena dok je na području Južnog Tirola, većinski jezik je njemački (68%) (https://enciklopedija.cc/wiki/Trentino-Ju%C5%BEEni_Tirol).

5. TURISTIČKE ATRAKCIJE SJEVEROISTOČNE ITALIJE

5.1. Kulturno-povijesna baština Emilie-Romagne

5.1.1. Bologna sveučilište

Sveučilište u Bologni (tal. *Alma Mater Studiorum – Università di Bologna*) osnovano je 1088. godine te se smatra najstarijim sveučilištem Zapadnog svijeta, a koje je još i danas u funkciji sa gotovo 100.000 studenata u mnogobrojnim studijskim programima koje sveučilište omogućuje (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/bologna>). Nalazi se u istoimenom upravnom središtu regije Emilie-Romagne, na rubu Padske nizine između dvije rijeke – Reno i Savena (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/bologna>).

5.1.2. Danteov grob

Do današnjeg dana nastavljaju se sukobi između stanovništva Ravenne i Firence, a nastavak sukoba nastupa mišljenja stanovništva Firence te kako bi Danteov grob i njegovi ostaci trebali biti u njihovom gradu (<https://www.italythisway.com/places/ravenna-dante-tomb.php>). Razlog tome je rođenje Dantea u Firenci 1265. godine te to što je veći dio svog života proveo u tom gradu (<https://www.italythisway.com/places/ravenna-dante-tomb.php>). Franjevački redovnici tada su sakrili su njegov kostur te je tako je ostao skriven gotovo 350 godina, dok nije ponovno pronađen i stavljen u sarkofag, zajedno sa vijencem od srebra i bronce kao spomen na 600. godišnjicu njegove smrti, a na očuvanom sarkofagu još i danas vidljivo je Danteovo lice izrađeno 1483. godine od strane umjetnika Pietra Lombarda (<https://www.italythisway.com/places/ravenna-dante-tomb.php>). Prema D.K. Publishing (2023: 907, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition_-_DK.pdf) unutrašnjost grobnice, izgrađene u 18. stoljeću, a uz Lombardov reljef, prisutna je i svjetiljka ispunjena maslinovim uljem koja neprestano gori, darovana svake godine od strane Firence na godišnjicu Danteove smrti. (Datum pristupa: 13.8.2024.)

5.3. Kulturno-povijesna baština Veneta

5.3.1. Bazilika svetog Marka

Prema D.K. Publishing (2023: 127-129, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition_-_DK.pdf) izgrađena je u 9. stoljeću, a unutrašnjost bazilike obložena je raznolikim mozaicima koji započinju u atriju bazilike gdje se uprizoruju slike stvaranja svijeta položenih u koncentričnim krugovima, dok najraniji mozaici potječu iz 12. stoljeća, a tijekom sljedećih

nekoliko stoljeća mnoge skice Tintoretta, Tiziana i drugih umjetnika reproducirane su u istim mozaicima. Osim mozaika, bazilika sadrži i ostala blaga kao što su Pala d'Oro iza Capelle di San Clemente ukrašena sa 250 različitih dragulja, zatim ikonu iz Nikopeje te dragocjenu ostavštinu srebra, zlata i staklenog posuđa u riznici. (Datum pristupa: 13.8.2024.) Obližnji muzej bazilike obilježio je kvartet brončanih konja, tzv. „*Quadriga*“, prenesenih iz Konstantinopola 1204. godine (D.K. Publishing, 2009) (str. 110).

Tijelo svetog Marka, nakon što se za njega mislilo da je izgubljeno, danas počiva ispod glavnog oltara bazilike. Zbog toga, današnji simbol krilatog lava predstavlja sveca i zaštitni je znak gradske moći, a njegov položaj – s dvije šape u moru i dvije na kopnu – simbolizira geografski položaj Venecije (Price, 2012) (str. 8-9).

5.3.2. Duždeva palača

Duždeva palača (tal. *Palazzo Ducale*) sagrađena je početkom 9. stoljeća, a imala je oblik tvrđave, a kao inspiracija pri izgradnji bila je korištena Dioklecijanova palača u Splitu (<https://www.putovnica.net/odredista/italija/venecija/sto-posjetiti-znamenitosti-u-veneciji/duzdeva-palaca-palazzo-ducale>). D.K. Publishing (2023: 131-134, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition_-_DK.pdf) tvrdi kako palača današnji izgled duguje graditeljstvu 14. i 15. stoljeća. Infrastruktura palače posjetitelje vodi kroz niz ukrašenih dvorana, a s krajnjom točkom kod Mosta uzdača, povezujući palaču sa zatvorima. (Datum pristupa: 13.8.2024.) Građevina spoj je bizantske, gotičke i renesansne arhitekture, no gotika je pružala svoju dominaciju koja se još i danas poznaje sa utjecajem, ali i suradnjom Venecije sa istočnim zemljama, posebice iz trgovinskih razloga (<https://www.putovnica.net/odredista/italija/venecija/sto-posjetiti-znamenitosti-u-veneciji/duzdeva-palaca-palazzo-ducale>). Koristila se za razne namjene, a prvenstveno je služila kao rezidencija 120 vladajućih duždeva od 697. – 1797. godine. Svoj današnji izgled duguje raznim umjetnicima koji su se izmjenjivali tijekom stoljeća poput Tiziana, Tintoretta i Bellinija (Price, 2012) (str. 16-18).

Jedan od najpoznatijih dijelova palače je dvorana *Sala dello Scudo* sa oslikanim zidovima uz razna istraživanja i otkrića Marka Pola, tada je to bilo tzv. „zlatno doba“ Venecije, a danas služi kao muzej otvoren za javnost (<https://www.putovnica.net/odredista/italija/venecija/sto-posjetiti-znamenitosti-u-veneciji/duzdeva-palaca-palazzo-ducale>).

5.4. Kulturno-povijesna baština Friuli-Venezie Giulie

5.4.1. Dvorac Miramare

Ime „Miramare“ dvorac (Slika 2.) je dobio od španjolskog jezika *mira el mar*, u prijevodu „pogledajte more“, a što zapravo upućuje na položaj dvorca u odnosu na more (<https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/trieste/museum-and-park-of-miramare-castle>).

Smješten na stjenovitoj uzvisini udaljenoj oko 7 kilometara od grada, dvorac je ostavština i boravište habsburškog nadvojvode Maximiliana od Austrije. Današnja ostavština dvorca i dalje stoji sa svim pomno izabranim dekorom iako isti predstavlja nadvojvodinu žudnju za lutanjem, a njegova ljubav prema botaničkom svijetu danas je ostavila 22 hektara vrtova ispunjenih rijetkim i egzotičnim drvećem (Clark i sur., 2018) (str. 403). Osim habsburškog nadvojvode i njegove supruge, kroz povijest su u rezidenciji boravile i druge značajne povijesne osobe kao što je Elisabeth od Bavarske, poznatija pod imenom – princeza Sissi (<https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/trieste/museum-and-park-of-miramare-castle>).

Danas je cijeli dvorac otvoren za javnost, a ponajviše se koristi kao dvorana za koncerte i izložbe, kao rezidencija opremljena raskošnim namještajem, dragocjenim predmetima, slikama i platnima. Isto tako, u jednom dijelu dvorca može se pronaći i *BIOdiversitario Marino* – Imerizivni muzej zaštićenog morskog područja Miramare (<https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/trieste/museum-and-park-of-miramare-castle>).

5.4.2. Akvileja

Arheološko nalazište Akvileja, mali je grad u Furlaniji (tal. *Friuli-Venezia Giulia*) te oko 40 kilometara južno od provincije Udine u istoimenoj regiji, a 1998. godine je uvrštena na UNESCO-ov popis svjetske baštine upravo zbog svog arheološkog značaja (<https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/things-to-do/aquileia-and-the-basilica>).

Okružena palačama, termama, hramovima i tržnim zgradama značajan je podsjetnik na izgubljeno Rimsko Carstvo (D.K. Publishing, 2009) (str. 164). Akvileja je nastala 181. godine prije Krista kao rimska kolonija, a pod vlašću cara Dioklecijana bila je pretvorena u jedan od najvećih gradova Rimskog Carstva sa vlastitom mornaricom i kovnicom (<https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/things-to-do/aquileia-and-the-basilica>). D.K.

Publishing

(2023:

245,

[file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition - DK.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/OceanofPDF.com_DK_Eyewitness_Italy_2023_Edition_-_DK.pdf)) objašnjava kako su se na današnjem prostoru, ne više od manjeg sela, rješavala su

se mnoga politička, ali i vjerska pitanja onog vremena, no u 5. stoljeću grad je konačno napušten nakon niza pljački. (Datum pristupa: 13.8.2024.)

Naziva se gradom umjetnosti i najbolje očuvanih ostataka rimskog bogatstva, a pruža istraživanje foruma, riječne luke i tržnice. Uz to su otkriveni i mnogi mozaici koji su danas sačuvani u Paleokršćanskom muzeju i Nacionalnom arheološkom muzeju Akvileje (<https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/things-to-do/aquileia-and-the-basilica>).

5.4. Kulturno-povijesna baština Trentino – Alto Adigea (Južnog Tirola)

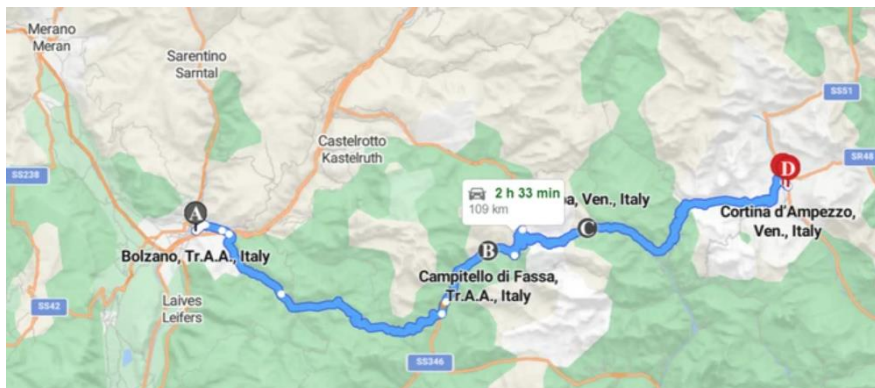
5.4.1. Dolomiti

Regija Dolomita kao planinska skupina omeđena je brojnim dolinama – Isarco na sjeveroistoku, Pusterijom na sjeveru, Piave na jugoistoku, Brentom na jugozapadu i Adige na zapadu (Čaplar, 2011) (str. 320). Prema Clark i sur. (2018) nazubljeni vrhovi Dolomita protežu se duž pokrajina Trentino i Južni Tirol, imajući i manji udio u susjednom Venetu. Uz brojna odmarališta, područje je ispunjeno nizom drugih zimski sadržaja, kao što su skijaško trčanje, snowboarding, *sci alpinismo* – adrenalinska kombinacija skijanja i planinarenja te poznatija staza – *Sella Ronda* (str. 322).

Planinski masiv dobio je svoje ime prema francuskom geologu Déodatu Dolomieu-u koji je prvi proveo istraživanje regije i njezine geologije (<https://www.britannica.com/place/Dolomites>). Planinski raspon sastoji se od nekoliko vrhova, a najviša točka je Marmolada sa 3,342 metara (<https://www.britannica.com/place/Dolomites>). Glavno središte turističke regije je Cortina d'Ampezzo – jedno od najpoznatijih odmarališta, dok su ostala odmarališta Auronzo, San Martino di Castrozza i Ortisei te se u blizini zapadne i jugoistočne margine nalaze veći gradovi Bolzano i Belluno (<https://www.britannica.com/place/Dolomites>). Naime, jedan od najprepoznatljivijih puteva kroz Dolomite je *Strada delle Dolomiti* (Slika 3.), povezujući Bolzano sa Cortinom d'Ampezzo (D.K. Publishing, 2009) (str. 82).

Prema Čaplaru (2011), da bi se osiguralo lakše i sigurnije kretanje planinskim vrhovima, bila je usvojena inicijativa postavljanja užadi i ljestava kao pomoć pri penjanju čime su nastali zahtjevni osigurani putevi dobivši tada ime „*via ferrata*“ (str. 321-322). Iako put na Dolomite zahtijeva opsežnije financije, ondašnja turističko-promotivna agencija „*Dolomiti Stars*“ trude se da iskustvo putovanja učine zanimljivijim, a uz to surađuju sa drugim turističkim činiteljima poput turističkih vodiča, tvornice planinarske obuće i sl. Nakon toga, UNESCO je 2009. godine Dolomite uvrstio na listu svjetske prirodne baštine (str. 324).

Slika 2. Strada delle Dolomiti



Izvor: <https://www.guidedolomiti.com/en/great-dolomites-road/> (pristup: 6.8.2024.)

5.4.2. Trauttmansdorff dvorac

Kroz povijest, u ovoj značajnoj tvrđavi živjele su mnoge poznate svjetske ličnosti, a jedna od njih je i austrijska carica Sissi, a koja se u tom razdoblju nazivala „Dama u crnom“ (<https://www.trauttmansdorff.it/en/The-Touriseum/Trauttmansdorff-Castle-Meran/>). Priča ovog dvorca započinje oko 1500. godine kada Nikolaus von Trauttmansdorff kupuje malu tvrđavu i pretvara je u dvorac, a mnogi grbovi i freske koji se još uvijek nalaze u dvorcu, potiču iz njegovog vremena (<https://www.trauttmansdorff.it/en/The-Touriseum/Trauttmansdorff-Castle-Meran/>). Nakon njega, u Merano dolazi grof Josef von Trauttmansdorff te ponovno pokreće obnovu dvorca, dobivajući današnji neogotički izgled. 1892. godine dvorca kupuje barun Friedrich von Deuster uz to postavljajući voćnjake i vrtove koji i danas okružuju dvorac (<https://www.trauttmansdorff.it/en/The-Touriseum/Trauttmansdorff-Castle-Meran/>).

No, nakon Prvog svjetskog rata, bila mu je oduzeta sva imovina te su tada dvorac, pripadajuće farme i vrtovi pripali su „*Opere Nazionale per i Combattenti*“ (ONC) – dobrotvorne zaklade za talijanske veterane (<https://www.trauttmansdorff.it/en/The-Touriseum/Trauttmansdorff-Castle-Meran/>). Današnji teren dvorca prenamijenjen je u botaničke vrtove, a kasnije je dvorac u potpunosti obnovljen u Muzej turizma Južnog Tirola (<https://www.trauttmansdorff.it/en/The-Touriseum/Trauttmansdorff-Castle-Meran/>).

6. TURISTIČKI POSJETITELJI ITALIJE

Kao što pokazuju brojke iz godine u godinu, Italija je kao svjetska velesila jedna od primarnih izbora internacionalnih i domaćih turista prilikom odabira turističke destinacije. Cijela zemlja i svaki regionalni dio ostavlja svoj trag u turističkom sektoru te uvelike utječe na odabir turističkih posjetitelja, a svoje povijesno i kulturno nasljeđe očituje u mjestima kao što su glavni grad Rim te neka od središta poput Venecije, Milana i Firence (<https://www.trauttmansdorff.it/en/The-Touriseum/Trauttmansdorff-Castle-Meran/>). Svojom regionalnom raznolikošću, Italija nudi razne sadržaje i usluge – od zelenih krajolika pa sve do alpskog lanca Dolomita, čime je turizam doprinio 190 milijardi eura u BDP-u 2022. godine (<https://www.statista.com/topics/9723/travel-and-tourism-in-italy/#editorsPicks>).

Nakon pandemije COVIDA-19, turizam u Italiji 2022. godine počeo se vraćati u normalu i dostizati sve veće brojke, iako postotkom manje u odnosu na 2019. godinu (<https://www.statista.com/topics/9723/travel-and-tourism-in-italy/#topicOverview>). Broj turističkih posjetitelja Italije u 2022. godini dosegnuo 75 milijuna, a na temelju toga pokazalo se kako je talijansko tržište najpogodnije za njemačke dolazne turiste, a nakon toga dolaze Francuska i Austrija te SAD i Ujedinjeno Kraljevstvo (<https://www.statista.com/topics/9723/travel-and-tourism-in-italy/#topicOverview>).

6.1. Turistički posjetitelji Emilie-Romagne

U navedenoj regiji se tijekom 2022. godine nastavlja oporavak turističkog sektora nakon pandemije COVIDA-19 te su posljedice iste još uvijek imale utjecaja i u 2022. godini na broj turističkih posjetitelja koji je bio niži za čak 8% u odnosu na 2019. godinu kada je broj posjetitelja iznosio oko 11,597,928 (<https://statistica.regione.emilia-romagna.it/primo-piano/consistenza-movimento-turistico-emilia-romagna-2022>). Prema izdanim podacima regionalne turističke agencije za područje Emilie-Romagne, regiju je 2022. godine ostvareno je 10,675,585 internacionalnih dolazaka te se broj povećao za čak 33,4% u odnosu na 2021. godinu kada je broj posjetitelja činio 8,002,741 te 5,673,521 u 2020. godini (<https://statistica.regione.emilia-romagna.it/primo-piano/consistenza-movimento-turistico-emilia-romagna-2022>). Iste godine ostvareno je oko 38 milijuna noćenja u hotelima i ostalim komplementarnim objektima, a time se ukupan broj noćenja postotno povećao za 23,8% (<https://statistica.regione.emilia-romagna.it/primo-piano/consistenza-movimento-turistico-emilia-romagna-2022>). Stoga je oporavak nakon pandemije bio mnogo vidljiviji i složeniji za inozemne turiste te su se zbog toga nakon prve godine pandemije, dolasci povećali za 89,7%

<https://statistica.regione.emilia-romagna.it/primo-piano/consistenza-movimento-turistico-emilia-romagna-2022>).

6.1.1. Promocija Emilie-Romagne

Kao administrativna regija sjeveroistočne Italije, Emilia-Romagna raznolika je regija nudeći širok spektar sadržaja u svakoj pojedinoj provinciji, a sadržaji se prostiru kroz nekoliko segmenata poput dokolice, gastronomije, kulture i povijesti te odmora i wellnesa (<https://visitemilia.com/chi-siamo>). Navedena regija turizam promiče provođenjem mnogih inicijativa i organizacija specijaliziranih u području turizma, a najpoznatija je javna uprava pod imenom *Destinazione Turistica Emilia* uspostavljena od strane regije sa ciljem efikasnije promocije turizma, a sa primarnim fokusom na turističke promotivno-marketinške programe i lokalnu promociju (<https://visitemilia.com/chi-siamo>). Svojim poslovanjem obuhvaća tri provincije: Parmu, Piacenzu i Reggio Emiliu, a svoje turističke proizvode provodi pod sloganom *#InEmiliaRomagna* (<https://visitemilia.com/>).

Uz navedenu turističku organizaciju uspostavljena je i *Visit Emilia*, a koja djeluje kao dio *Destinazione Turistica Emilia* sa svojim sjedištem u Parmi (<https://visitemilia.com/chi-siamo>). Primarna djelatnost je upravljanje turističkim aktivnostima turističke regije u kojoj se isprepliću gastronomija, priroda i kultura (<https://www.italybyevents.com/en/emilia-romagna/emilia-romagna-events/>). Raznolikost bogatstva promiče se kroz različita događanja, festivale hrane, povijesne rekonstrukcije, operne i umjetničke sadržaje te mnoga povijesna nalazišta, ponajviše u mjesecima tijekom turističke sezone. Neki od najpoznatijih primjera su: Artusiana Festival u gradu Forlimpopoli, Porcini sajam vrganja, Parma Ham Festival, Piadina Festival, kućni muzej tenora Luciana Pavarottija, Danteov grob te mnogi drugi (<https://www.italybyevents.com/en/emilia-romagna/emilia-romagna-events/>).

6.2. Turistički posjetitelji Veneta

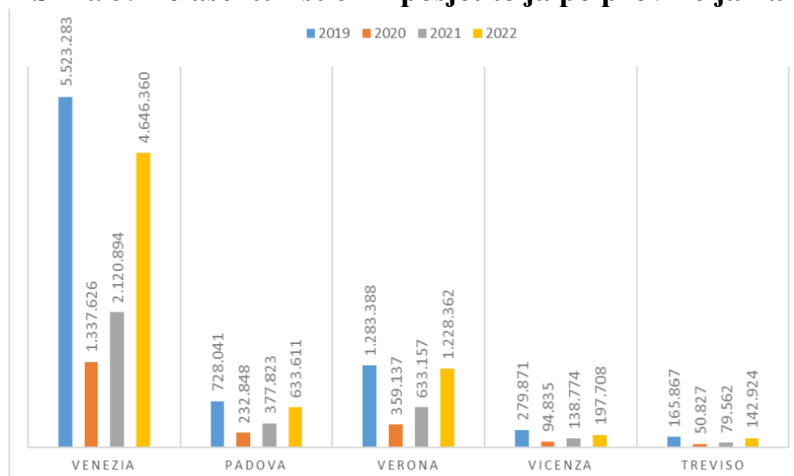
U 2022. godini podaci o službenim turističkim tokovima u Venetu pokazuju kako sveukupno talijanski turisti predstavljaju 39,3% ukupnih dolazaka, a dok posjetitelji iz inozemstva predstavljaju 60,7% (https://osservatorioturismoveneto.it/wp-content/uploads/2023/04/IL-TURISMO-IN-VENETO-NEL-2022_rev.pdf, str. 1). Ukupan broj turističkih dolazaka na inozemnom tržištu za 2022. godinu iznosio je oko 11 milijuna, a što je veliko postotno povećanje u odnosu na 2021. godinu kada je broj turističkih dolazaka iznosio 5,8 milijuna, a isto tako bivajući blizu brojkama iz 2019. godine sa brojem turističkih dolazaka od 13,1 milijuna (<https://osservatorioturismoveneto.it/wp->

[content/uploads/2023/04/IL-TURISMO-IN-VENETO-NEL-2022_rev.pdf](https://osservatorioturismoveneto.it/wp-content/uploads/2023/04/IL-TURISMO-IN-VENETO-NEL-2022_rev.pdf), str. 1). (Datum pristupa: 28.5.2024.)

Najveći broj turističkih dolazaka pokazuje pozitivno povećanje u odnosu na 2019. godinu, a prema nacionalnosti pretežni broj turističkih posjetitelja dolazi iz Njemačke (+6,7%), Austrije (+8,1%), Švicarske (+7,9%), Nizozemske (+10,5%) te Belgije (+6,9%) (https://osservatorioturismoveneto.it/wp-content/uploads/2023/04/IL-TURISMO-IN-VENETO-NEL-2022_rev.pdf, str. 2). Prema podacima o turističkim dolascima po općinama, odnosno provincijama navedene turističke regije iz 2022. godine podaci su sljedeći (Slika 4.):

- Venecija – 4,646,360 dolazaka,
- Padova – 633,611 dolazaka,
- Verona – 1,228,362 dolazaka,
- Vicenza – 197,708 dolazaka,
- Treviso – 142,924 dolazaka (https://osservatorioturismoveneto.it/wp-content/uploads/2023/04/IL-TURISMO-IN-VENETO-NEL-2022_rev.pdf, str. 2) (Datum pristupa: 28.5.2024.)

Slika 3. Dolasci turističkih posjetitelja po provincijama



Izvor: https://osservatorioturismoveneto.it/wp-content/uploads/2023/04/IL-TURISMO-IN-VENETO-NEL-2022_rev.pdf (pristup: 6.7.2024.)

6.2.1. Promocija Veneta

Veneto kao turistička regija sjeveroistočne Italije spoj je mnogih blaga prirode, umjetnosti i tradicije. Promocija regije kao turističke destinacije uključuje ne samo Veneciju kao glavno središte, već i njezine pripadajuće provincije od kojih svaka ima svoje različitosti i bogatstva (<https://www.veneto.eu/>). Svaki dio regije obogaćen je sadržajima koji se protežu od povijesne i kulturne baštine pa sve do gastronomije sa originalnim IGP i DOP proizvodima kao što su: sir, pršut, šparoge, grah, breskve i sl. te njihovih tradicionalnih događanja (<https://www.veneto.eu/>). Pojavom prijevoznih sredstava kakve poznajemo danas i gradnjom cesta, pojavila se i nova vrsta kupališnog turizma na obalnim turističkim odmaralištima, odnosno pješčanim plažama s kao što su Rimini, Jesolo, Bibione, Cattolica i Caorle (Velika enciklopedija zemalja, 2009) (str. 196).

6.3. Turistički posjetitelji Friuli-Venezie Giulie

Prema podacima regionalne turističke zajednice za područje Friuli-Venezie Giulie regiju je 2022. godine posjetilo oko 11,3 milijuna turista, većim dijelom stranih državljana (M.K., 2022; <https://www.intrieste.com/2022/10/18/friuli-venezia-giulia-among-most-visited-regions-this-summer/>). No, pozitivne rezultate i veći postotak bilježe uglavnom posjetitelji iz iste regije, odnosno domicilni turisti sa povećanjem od 17,9%, a također i povećanje u području dolazaka iz Emilie-Romagne za 6,3% te iz Lazia za 3% (<https://www.girofvg.com/turismo-estate-record-fvg-2022/>).

Najveći broj turističkih posjetitelja dolazi iz Njemačke s porastom od čak 15,3% i Austrije s porastom od 5%, dok smanjenje priljeva regija bilježi iz Slovačke (-18,2%), Mađarske (-16,7%) i Češke (-11%) (<https://www.girofvg.com/turismo-estate-record-fvg-2022/>). Međutim, prema ukupnim prikupljenim podacima o vrstama smještaja koje turisti najčešće odabiru, 2022. godine došlo je do porasta u korištenju hotelskih smještaja od 8% te drugih nehotelskih smještaja (moteli, kampovi, turistički apartmani...) od 1,3% (<https://www.girofvg.com/turismo-estate-record-fvg-2022/>).

6.3.1. Promocija Friuli-Venezie Giulie

Kao jedna od turističkih regija sjeveroistočne Italije, Friuli-Venezia Giulia manje je posjećenija regija od ostalih pripadajućih, no isto tako ima i svoja izobilja i raznolikosti koje može ponuditi diljem cijele regije (<https://www.girofvg.com/turismo-estate-record-fvg-2022/>; <https://www.turismofvg.it/en?LangSetCMS=en>). Svoju primarnu turističku promociju regija provodi putem brenda „*Io Sono Friuli-Venezia Giulia*“ i drugih socijalnih turističkih događanja kao što su: Jova Beach Party, No Borders, Frontier tastes, Friuli Doc, Pordenonelegge,

Barcolana i mnoga druga (<https://www.girofvg.com/turismo-estate-record-fvg-2022/>; <https://www.turismofvg.it/en?LangSetCMS=en>).

Međutim, jedna od turističkih strategija za privlačenje većeg broja turističkih posjetitelja temelji se na konceptu poticaja putem kojih lokalna turistička zajednica regije nudi posjetiteljima prvenstveno besplatan javni prijevoz te besplatni i sniženi ulaz u muzeje i ostale turističke atrakcije, a sve sa ciljem promicanja održivog turizma uz koji turistički posjetitelji dobivaju nadoknadu cijene uz uvjet putovanja u gradove Trst i Udine ili druga obalna odmarališta kao što su Grado (tzv. „*Mala Venecija*“) i Lignano Sabbiadono te da u turističkoj regiji ostvare najmanje dva noćenja (Brady, 2022; <https://www.lonelyplanet.com/news/italy-friuli-venezia-giulia-free-transport-tourism-discounts>).

6.4. Turistički posjetitelji Trentino – Alto Adigea (Južnog Tirola)

Zbog novoodređenih pravila koja ograničavaju broj noćenja postoji mogućnost pronalaska smještaja, tada je broj turističkih posjetitelja u odnosu na 2019. godinu ograničen s ciljem smanjenja masovnog turizma, a posebice u zaštićenim područjima kao što su Lago di Braies i alpska dolina Alpe di Siusi (Griffin, 2023; <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/trentino-alto-adige-italy-tourists-overcrowding-b2336859.html>). Iako sa ciljem smanjenja broja turističkih posjetitelja, ukupan broj turističkih posjetitelja ipak je iznosio oko 34 milijuna (Griffin, 2023; <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/trentino-alto-adige-italy-tourists-overcrowding-b2336859.html>).

Naime, u zaštićenim područjima nije dopušteno otvaranje novih smještajnih objekata poput pansiona, Airbnb-a ili hotela ako se već postojeći ne zatvore, a posljedica istog je povećanje broja Airbnb-a za čak 400% u posljednjih pet godina dovodeći do neželjenih učinaka – prevelikog broja turističkih posjetitelja (Griffin, 2023; <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/trentino-alto-adige-italy-tourists-overcrowding-b2336859.html>). Takav oblik poslovanja u turizmu kvari učinak sjedinjenja s prirodom u jedinstvenim uvjetima netaknute prirode, imajući i efekt na lokalno stanovništvo (Griffin, 2023; <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/trentino-alto-adige-italy-tourists-overcrowding-b2336859.html>).

Broj noćenja tijekom 2022. godine iznosio je nešto više od 17 milijuna sa prevagom talijanskih turista od 60,6%, a prosječan broj noćenja u regiji je 3,8 (http://www.statistica.provincia.tn.it/binary/pat_statistica_new/turismo/MovimentoTuristicoTrentinoAnno2022.1678954831.pdf) (str. 1). Najveći broj turističkih posjetitelja dolazi iz

Njemačke, Poljske, Nizozemske, Češke i Austrije (http://www.statistica.provincia.tn.it/binary/pat_statistica_new/turismo/MovimentoTuristicoTrentinoAnno2022.1678954831.pdf) (str. 1). Nadalje, pozitivan trend u dolascima bilježi se na prostorima visoravni kao što su: Paganella, Piana della Rotaliana, San Lorenzo Dorsino, Valle di Fassa, Madonna di Campiglio, Pinzolo, Val Rendena, Giudicarie Centrali i Valle del Chiese (http://www.statistica.provincia.tn.it/binary/pat_statistica_new/turismo/MovimentoTuristicoTrentinoAnno2022.1678954831.pdf) (str. 2). (Datum pristupa: 28.5.2024.)

6.4.1. Promocija Trentino – Alto Adige

Trentino – Alto Adige, poznata i kao Südtirol, najsjevernija je regija sjeveroistočne Italije, a idealno je turističko odmorište sa fokusom na brojne zimske sportove, kulturu, izletnički turizam te iznimnu gastronomiju (<https://www.visititaly.eu/places-to-go/trentino-alto-adige>). Regija nudi veličanstvene itinerare prilagođene svima: oni koji žele odmor ispunjen kulturnim uzdizanjem i onima koji nastoje biti u kontaktu s prirodom. Međutim, regija je pogodna sa sve dobne skupine posjetitelja: od obitelji s djecom, parova, od mladih do osoba starije životne dobi. Na popisu itinerara, prvi je glavni grad Trento bogat arhitekturom i umjetnošću, kao što je Piazza del Duomo di San Virgilio u romaničkom stilu, a Bolzano, Merano i Rovereto samo su još neki od gradova na listi posjeta. Štoviše, priroda je adut ove turističke regije, varirajući od vrtova dvorca Trauttmansdorff, parka prirode Puez-Odle pa do brojnih skijališta duž Dolomita (<https://www.visititaly.eu/places-to-go/trentino-alto-adige>).

Zbog snažnog austrijskog utjecaja, Trentino – Alto Adige pogodan je za razvoj različitih oblika turističke promocije te uz raznolike festivale koji se prožimaju kroz cijelu godinu, a jedan od poznatijih je povorka krampusa sa svetim Nikolom u susjednim selima i gradovima. Prisutan je niz tradicionalnih festivala i sajмова koji se prožimaju kroz cijelu godinu pozivajući k sebi brojne posjetitelje uz tipične proizvode određenog područja regije kao što su: „*Sagra del Salmerino*“ i „*Festa della Mela*“ (<https://www.visititaly.eu/places-to-go/trentino-alto-adige>).

7. ZARADA OD TURIZMA ITALIJE

Prema Hrvatskoj turističkoj zajednici, u 2022. godini, pandemija COVID-19 još uvijek je – iako u manjoj mjeri, uzimala svoj zamah na turizam Italije te su brojke bile daleko od onih iz prethodnih godina, Italija se polako vraćala u prepandemijsko stanje i u središte turističkih zbivanja. Te godine, zabilježen je povratak inozemnih turista, a čija je potrošnja iznimno porasla (2023:11-12, <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-02/Italija%20-%20izdanje%202023.pdf>). (Datum pristupa: 3.8.2024.)

Prema službenim podacima od strane Banka Italia, odnoseći se na prvo polugodište 2022. godine, potrošnja posjetitelja porasla je za 308% u odnosu na 2021. godinu i za 155,5% u odnosu na 2020. godinu s ukupnim turističkim prometom od 15,9 milijardi eura. Nakon popuštanja sigurnosnih mjera u lipnju, zabilježene su 2,5 milijarde eura u potrošnji, a Talijani koji se odlučuju na put u inozemstvo bilježe potrošnju od 9 milijardi eura, odnosno +142,1% u odnosu na 2021. te +71% u odnosu na 2020. godinu (2023:11-12, <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-02/Italija%20-%20izdanje%202023.pdf>). (Datum pristupa: 3.8.2024.)

Udruga *Turismo e Commercio* provela je istraživanje, a iz kojeg slijede podaci kako je u lipnju 2022. registriran značajan porast inozemnih turista. Prema izdanim podacima, u lipnju je pristiglo više od 9 milijuna inozemnih turista, a prema nacionalnosti najveći broj posjetitelja bilježi se iz Njemačke, Francuske, Španjolske, Austrije, Nizozemske, SAD-a, Kanade i Japana. Najtraženije destinacije bile su Rim, Venecija, Milano, Firenca i Napulj (2023:11-12, <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-02/Italija%20-%20izdanje%202023.pdf>). (Datum pristupa: 3.8.2024.)

Unatoč boljim uvjetima nakon pandemije, Talijani nastavljaju birati vlastite destinacije za provođenje odmora, prema istraživanju čak 80% izjavilo je kako ostaje u Italiji, dok preostalih 20% odlazi u inozemstvo. Stoga su u Italiji najtraženije regije Puglia, Sicilija, Toskana, Emilia-Romagna, Sardinija i Calabria (2023:11-12, <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-02/Italija%20-%20izdanje%202023.pdf>). (Datum pristupa: 3.8.2024.)

8. ANALIZA PREFERENCIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA SJEVEROISTOČNE ITALIJE

U sljedećem poglavlju pruža se uvid u analizu preferencija turističkih atrakcija sjeveroistočne Italije. Turističke atrakcije kao dio ponude turističke destinacije, predstavljaju najznačajniji motiv putovanja turističkih posjetitelja, simulirajući time jedinstveni doživljaj svakom turističkom posjetitelju.

8.1. Metodologija istraživanja

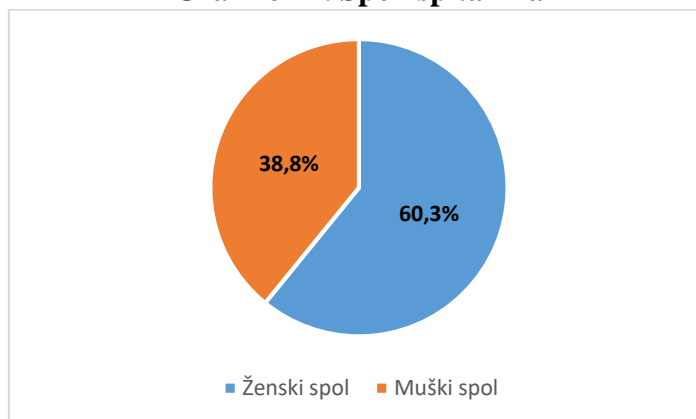
Cilj provođenja ovog istraživanja je uspostavljanje kvalitetnijeg uvida u turističke atrakcije, a što je postignuto putem procesa prikupljanja i analiziranja podataka. Metodologija obuhvaća kvantitativnu analizu provođenjem opisnog istraživanja uz metodu ispitivanja kao polazište te uz instrument istraživanja u obliku anketnog upitnika koji se sastoji od 29 pitanja, a rezultati su prikazani putem grafikona koji potkrepljuju različite demografske karakteristike ispitanika. Naglasak istraživanja postavljen je na analiziranje preferencija turističkih posjetitelja prema turističkim atrakcijama sjeveroistočne Italije. Na temelju prikupljenih i analiziranih podataka, istraživanje pruža osvrt prema razlikama u preferencijama turističkih posjetitelja, a u konačnici i njihovo zadovoljstvo nakon posjeta uz ispitivanje opće prepoznatljivosti prema postavljenim fotografijama u sklopu anketnog upitnika.

Istraživanje na uzorku bilo je provođeno u periodu od 22. travnja 2024. godine do 28. srpnja 2024. godine, a korišten je namjerni *online* uzorak u kojemu su sudjelovali ispitanici svih dobnih skupina od 18-te godine pa sve do 55+ godina, a korisnici su različitih izvora za planiranje budućih putovanja koji sežu od internetskih izvora pa sve do preporuka obitelji ili prijatelja i vlastitog planiranja. Prikupljeni podaci obrađeni su upotrebljavanjem Excel softvera za obradu podataka, a na temelju dobivenih rezultata istraživanja prikazani su u grafičkom obliku te objašnjeni.

8.2. Rezultati istraživanja

Na temelju prikupljenih podataka prikazuju se rezultati provedenog istraživanja. Anketni upitnik ispunilo je 116 ispitanika, od čega je 60,3% ženskog spola i 38,8% muškog spola, a iz analize je isključen 1 ispitanik (Grafikon 1).

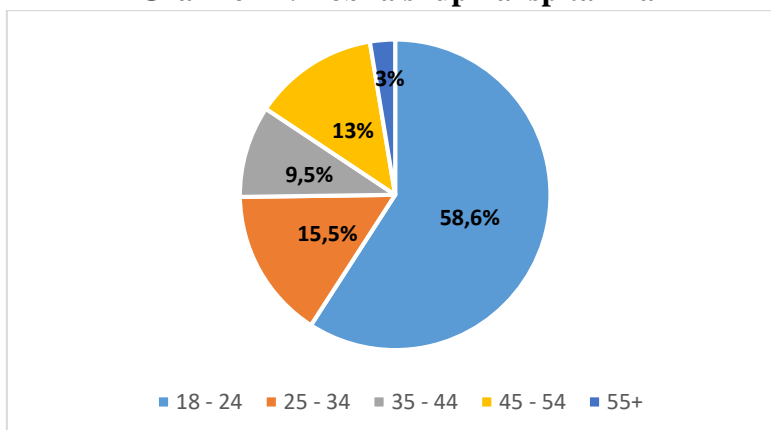
Grafikon 1. Spol ispitanika



Izvor: izrada autorice

U istraživanju su sudjelovale osobe dobnih skupina od 18 – 55+, a postotak ispitanika od 58,6% zauzima dobna skupina od 18 do 24 godine. Iz analize je isključen 1 ispitanik (Grafikon 2).

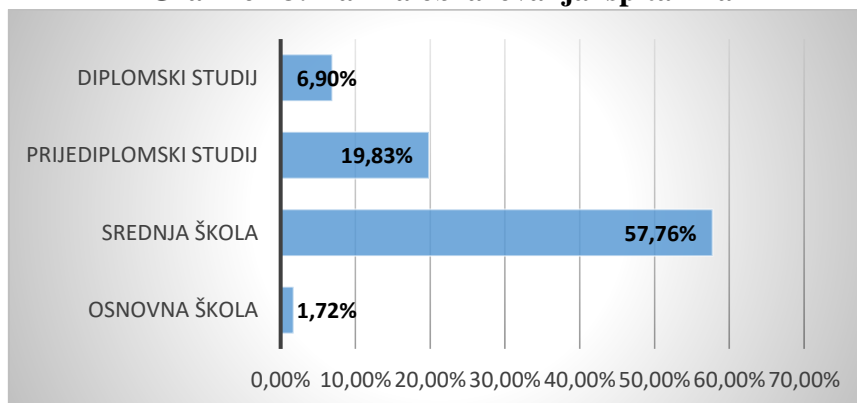
Grafikon 2. Dobna skupina ispitanika



Izvor: izrada autorice

Prema razini obrazovanja, osnovnu školu ima završenu 1,72% ispitanika, diplomski studij 6,90%, dok najveći postotak ispitanika ima završenu srednju školu sa 57,8% te prijediplomski studij sa 19,8% (Grafikon 3). Iz analize je isključeno 5 ispitanika.

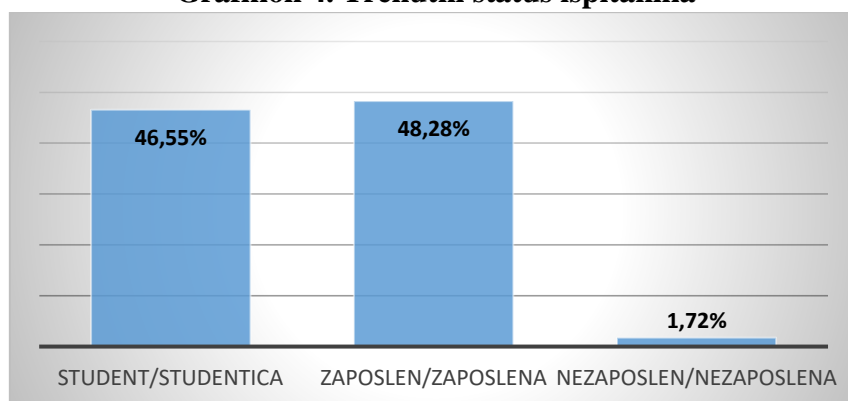
Grafikon 3. Razina obrazovanja ispitanika



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 4. prikazan je trenutni obrazovni status ispitanika. Najveći broj ispitanika ima status zaposlen/zaposlena (48,3%), 46,5% ispitanika je u statusu studenta, a samo 1,72% je nezaposleno, dok je iz analize isključeno 6 ispitanika.

Grafikon 4. Trenutni status ispitanika

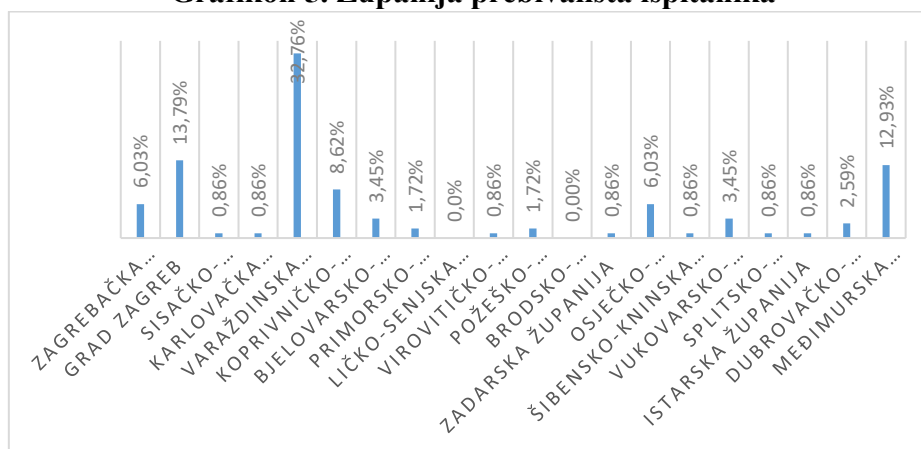


Izvor: vlastita izrada autorice

U Grafikonu 5. prikazuju se županije prebivališta ispitanika. U Sisačko-moslavačkoj, Karlovačkoj, Virovitičko-podravskoj, Zadarskoj, Šibensko-kninskoj, Splitsko-dalmatinskoj i Istarskoj županiji broj ispitanika iznosio je 0,86%, dok je u Primorsko-goranskoj i Požeško-slavonskoj iznosio 1,72%. Zagrebačka županija ukupno je iznosila 6,03%, a Grad Zagreb 13,8% - postotno više od Međimurske županije (12,9%). Nizak postotak ispitanika naznačen je u Bjelovarsko-bilogorskoj (3,5%), Vukovarsko-srijemskoj (3,5%) i Dubrovačko-neretvanskoj (2,3%) županiji. Nešto veći postotak ispitanika dolazi iz Koprivničko-križevačke (8,6%) i Osječko-baranjske (6,03%) županije. Najveći broj ispitanika dolazi iz Varaždinske županije sa

32,8%, dok iz Ličko-senjske i Brodsko-posavske županije nije prisutan nijedan ispitanik te je iz analize isključen 1 ispitanik.

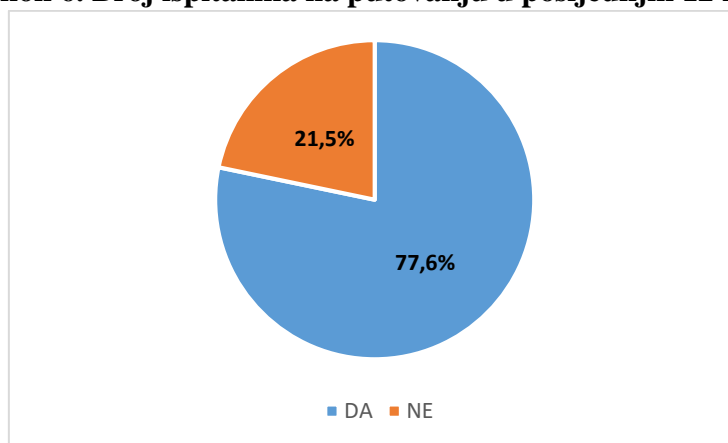
Grafikon 5. Županija prebivališta ispitanika



Izvor: izrada autorice

Iz Grafikona 6. može se iščitati postotak ispitanika koji je bio/nije bio na putovanju u posljednjih 12 mjeseci. Čak 77,6% ispitanika odgovorilo je sa DA, dok je 21,5% odgovorilo sa NE. Iz analize je isključen 1 ispitanik.

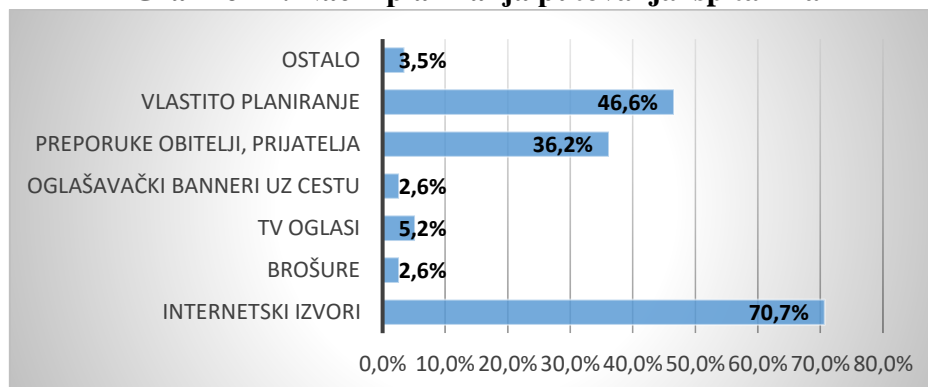
Grafikon 6. Broj ispitanika na putovanju u posljednjih 12 mjeseci



Izvor: izrada autorice

Na sljedećem grafikonu prikazuju se preferencije ispitanika kod planiranja putovanja. Čak 70,7% odgovorilo je da planiraju putem internetskih izvora i putem vlastitog planiranja (46,6%), dok najmanji broj ispitanika koristi brošure i oglašavačke bannere uz cestu (Grafikon 7).

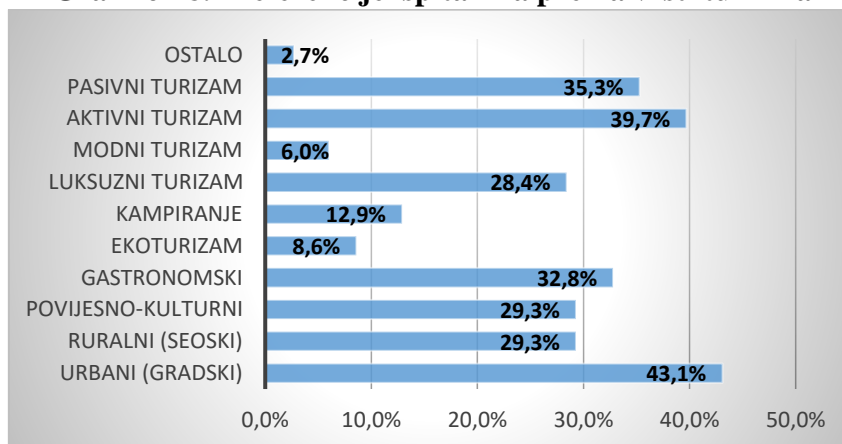
Grafikon 7. Način planiranja putovanja ispitanika



Izvor: izrada autorice

Iz Grafikona 8. vidljiv su preferencije ispitanika prema vrsti turizma koja se nudi u određenoj turističkoj destinaciji. Najveći broj ispitanika (43,1%) preferira urbani (gradski) turizam, a zatim i aktivni (39,7%), pasivni (35,3%) te gastronomski (32,8%) turizam. Najmanje zastupljene vrste turizma su ekoturizam (8,6%) i modni turizam (6%). Od ostalih oblika turizma, prisutni su i kampiranje (12,9%), luksuzni turizam (28,4%) te povijesno-kulturni i ruralni turizam sa 29,3%.

Grafikon 8. Preferencije ispitanika prema vrsti turizma

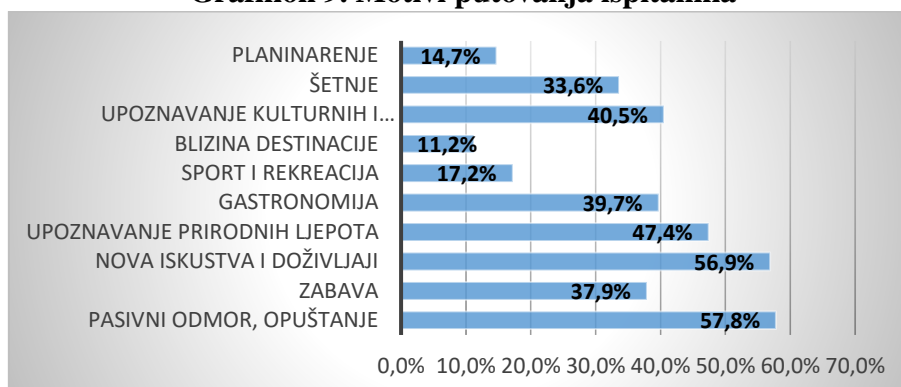


Izvor: vlastita izrada autorice

Iz Grafikona 9. vidljivi su motivi putovanja turista za pojedinu regiju sjeveroistočne Italije. Najveći postotak od 57,8% zauzimaju pasivni odmor i opuštanje, a zatim ih slijede nova iskustva i doživljaji sa 56,9%. Nakon njih veći postotak zauzima upoznavanje prirodnih ljepota (47,4%), gastronomija (39,7%), upoznavanje kulturnih i povijesnih znamenitosti (40,5%) te

šetnje (33,6%). Najmanje zastupljeni motivi putovanja vidljivi su kod sporta i rekreacije (17,2%), planinarenja (14,7%) te blizine destinacije (11,2%).

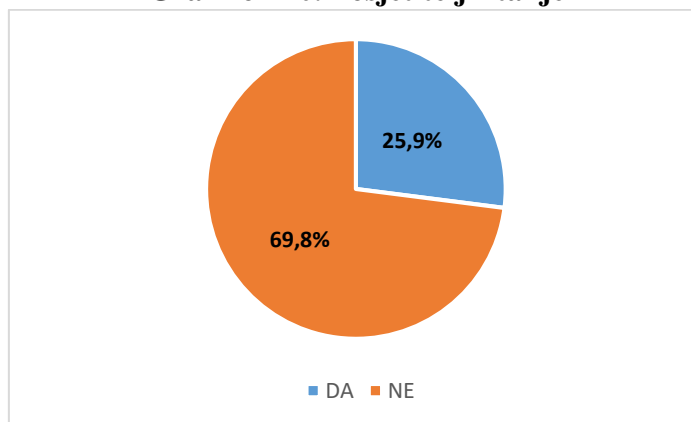
Grafikon 9. Motivi putovanja ispitanika



Izvor: vlastita izrada autorice

Prema Grafikonu 10. prikazuju se odgovori na pitanje: „*Jeste li upoznati sa područjem sjeveroistočnog dijela Italije?*“. 69,8% ispitanika odgovorilo je sa NE, dok je 25,9% odgovorilo sa DA. Iz analize je isključeno 5 ispitanika.

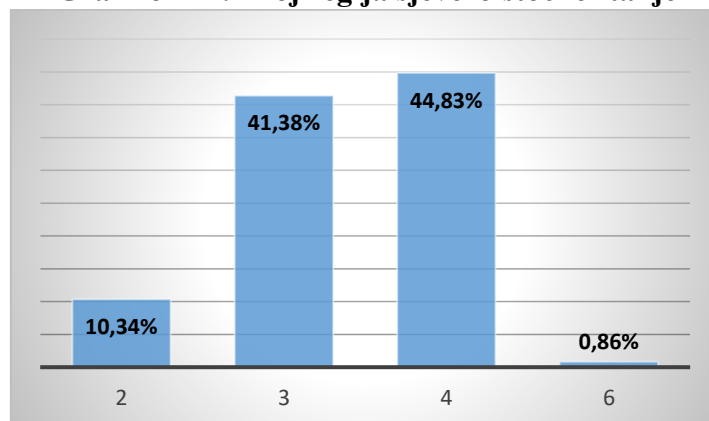
Grafikon 10. Posjetitelji Italije



Izvor: vlastita izrada autorice

U Grafikonu 11. prikazuju se rezultati pitanja: „*Od koliko regija se sastoji prostor sjeveroistočne Italije?*“. 44,8% ispitanika odgovorilo je sa 4, sa 3 je odgovorilo 41,4% ispitanika. Postotak ispitanika koji smatraju kako se sastoji od 2 regije je 10,3%, dok je 1 ispitanik odgovorio sa 6. Iz analize su isključena 3 ispitanika.

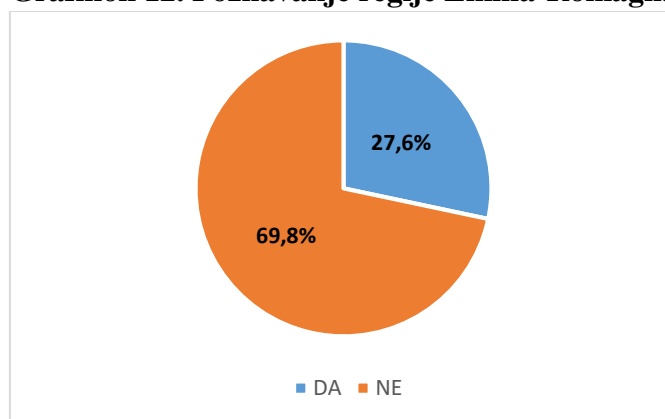
Grafikon 11. Broj regija sjeveroistočne Italije



Izvor: izrada autorice

U Grafikonu 12. prikazuju se rezultati o poznavanju regije Emilie-Romagne. 69,8% ispitanika odgovorilo je sa NE, dok je 27,6% ispitanika odgovorilo sa DA. Iz analize su isključena 3 ispitanika.

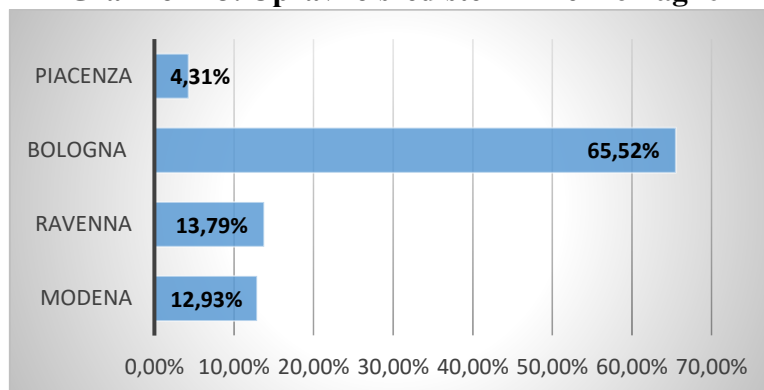
Grafikon 12. Poznavanje regije Emilia-Romagna



Izvor: izrada autorice

Nastavnim grafikonom prikazuje se pitanje: „*Koje je upravno središte Emilie-Romagne?*“. Čak 65,5% ispitanika izabralo je odgovor Bologna, 13,8% ispitanika odgovorilo je Ravenna, 12,9% ispitanika odlučilo se za Modenu, dok je 4,3% odgovorilo Piacenza (Grafikon 13). Iz analize su isključena 4 ispitanika.

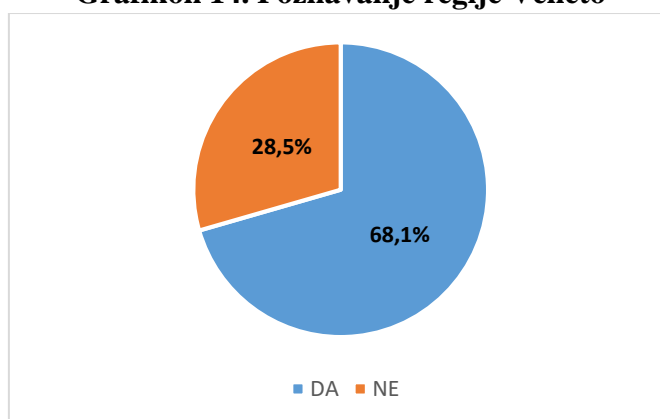
Grafikon 13. Upravno središte Emilie-Romagne



Izvor: izrada autorice

Na Grafikonu 14. prikazuju se rezultati o poznavanju regije Veneto. 68,1% ispitanika odgovorilo je sa DA, dok je 28,5% ispitanika odgovorilo sa NE. Iz analize su isključena 4 ispitanika.

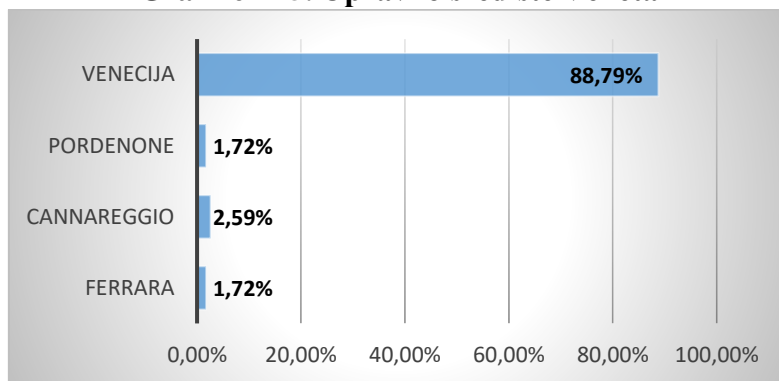
Grafikon 14. Poznavanje regije Veneto



Izvor: izrada autorice

Na Grafikonu 15. prikazuje se pitanje: „Koje je upravno središte Veneta (Venecije)?“. Čak 88,8% ispitanika odgovorilo je Venecija, 2,6% odgovorilo je Cannareggio, a 1,72% izabralo je odgovor Pordenone i Ferrara. Iz analize su isključena 4 ispitanika.

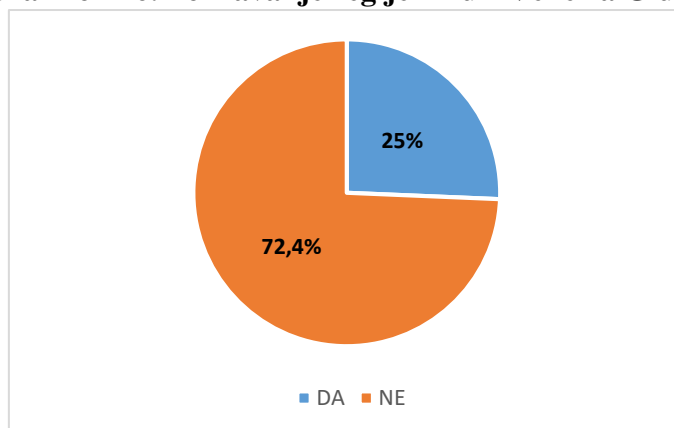
Grafikon 15. Upravno središte Veneta



Izvor: izrada autorice

Na Grafikonu 16. prikazuju se rezultati o poznavanju regije Friuli-Venezia Giulia. 72,4% ispitanika odgovorilo je sa NE, dok je 25% ispitanika izabralo odgovor DA. Iz analize su isključena 3 ispitanika.

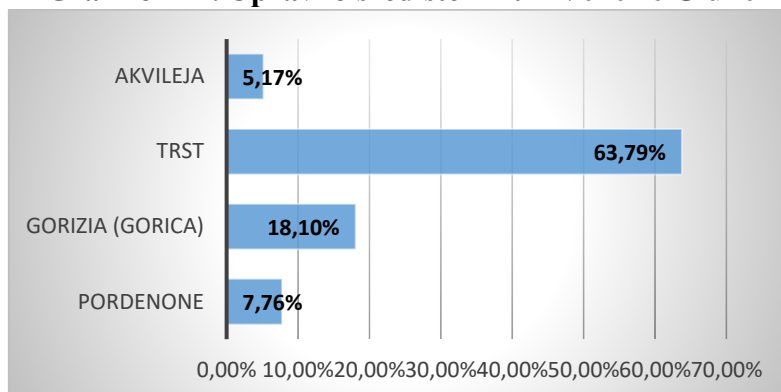
Grafikon 16. Poznavanje regije Friuli-Venezia Giulia



Izvor: izrada autorice

Na Grafikonu 17. prikazuje se pitanje: „*Koje je upravno središte Friuli-Venezie Giulie?*“. Čak 63,8% ispitanika odgovorilo je Trst, 18,1% odgovorilo je Gorizia (Gorica), 7,8% odgovorilo je Pordenone, dok je samo 5,2% izabralo Akvileja. Iz analize su isključena 4 ispitanika.

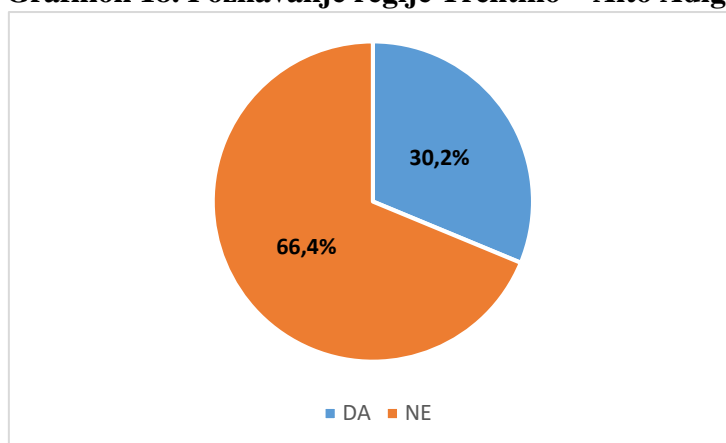
Grafikon 17. Upravno središte Friuli-Venezie Giulie



Izvor: izrada autorice

Na Grafikonu 18. prikazuju se rezultati o poznavanju regije Trentino – Alto Adige. Čak 66,4% ispitanika odgovorilo je sa NE, dok je 30,2% odgovorilo sa DA. Iz analize su isključena 4 ispitanika.

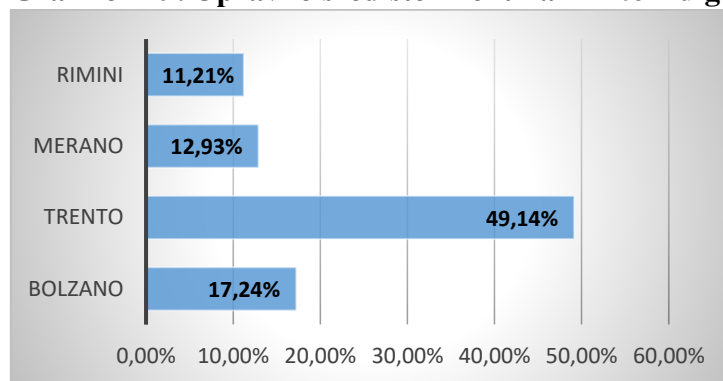
Grafikon 18. Poznavanje regije Trentino – Alto Adige



Izvor: izrada autorice

Na Grafikonu 19. prikazuje se pitanje: „*Koje je upravno središte Trentina – Alto Adige?*“. Trento je odgovorilo 49,1% ispitanika, Bolzano 17,2%, Merano 12,9%, dok je Rimini odgovorilo samo 11,2%. Iz analize je isključeno 7 ispitanika.

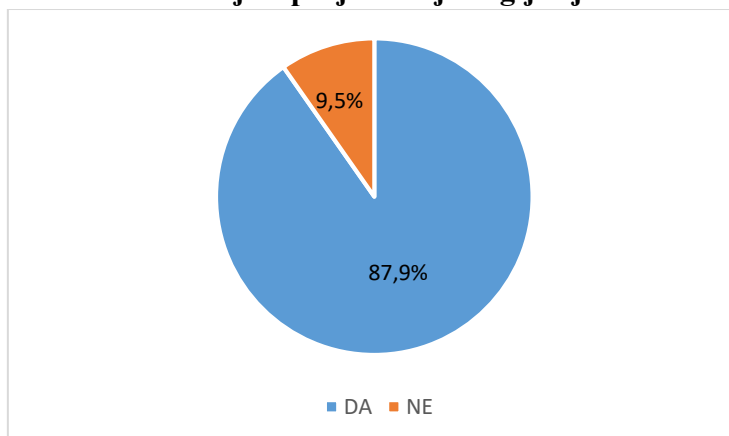
Grafikon 19. Upravno središte Trentina – Alto Adige



Izvor: izrada autorice

Na Grafikonu 20. prikazuje se pitanje: „*Biste li posjetili koju od navedenih regija?*“. Čak 87,9% odgovorilo je DA, dok je manjina ispitanika izabrala NE. Iz analize su isključena 3 ispitanika.

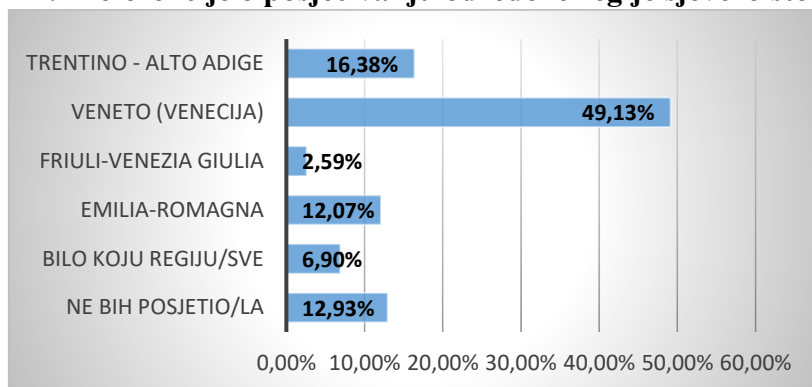
Grafikon 20. Preferencije o posjećivanju regija sjeveroistočne Italije



Izvor: izrada autorice

U sklopu Grafikona 21. postavlja se pitanje: „*Koju od navedenih regija biste posjetili?*“. 49,1% ispitanika odgovorilo je Venecija, 16,4% izjasnilo se za Trentino – Alto Adige, 12,07% odgovorilo je Emilia-Romagna, a samo 2,6% odgovorilo je Friuli-Venezia Giulia. 6,9% napisalo je odgovor kako bi posjetili bilo koju regiju ili svaku od njih, a 13% je odgovorilo kako ne bi posjetili nijednu regiju.

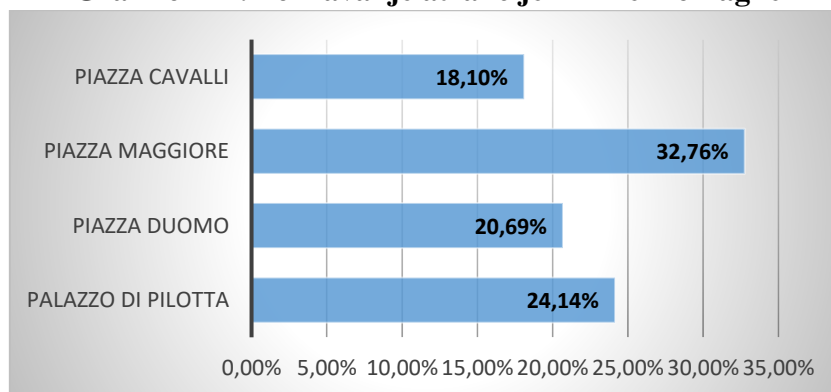
Grafikon 21. Preferencije o posjećivanju određene regije sjeveroistočne Italije



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 22. postavljena je slika jedne od atrakcija Emilie-Romagne. Najveći broj ispitanika odgovorio je Piazza Maggiore sa 32,8%, Palazzo di Pilotta odgovorilo je 24,1%, Piazza Duomo odabralo je 20,7%, a 18,1% izjasnilo je sa Piazza Cavalli. Iz analize su isključena 3 ispitanika.

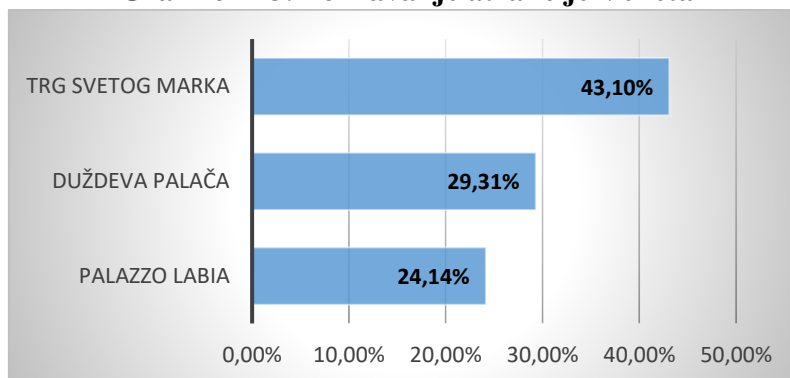
Grafikon 22. Poznavanje atrakcije Emilie-Romagne



Izvor: vlastita izrada autorice

Prema Grafikonu 23. postavljena je slika jedne od atrakcija Veneta. Najveći broj ispitanika sa 43,1% odgovorilo je Trg svetog Marka, 29,3% odgovorilo je Duždeva palača, dok je najmanji postotak ispitanika od 24,1% izabralo Palazzo Labia. Iz analize su isključena 3 ispitanika.

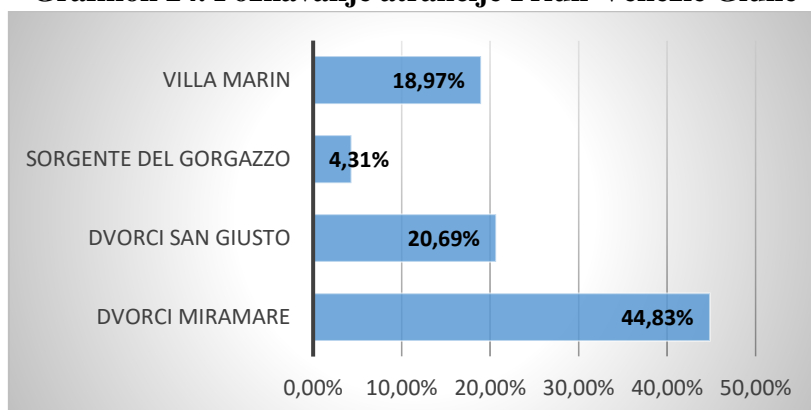
Grafikon 23. Poznavanje atrakcije Veneta



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 24. postavljena je slika jedne od atrakcija Friuli-Venezie Giulie. Najveći broj ispitanika (44,8%) odgovorilo je dvorci Miramare, 20,7% odgovorilo je dvorci San Giusto, 19% izjasnilo se Villa Marin, a samo 4,3% izabralo je Sorgente del Gorgazzo. Iz analize je isključeno 5 ispitanika.

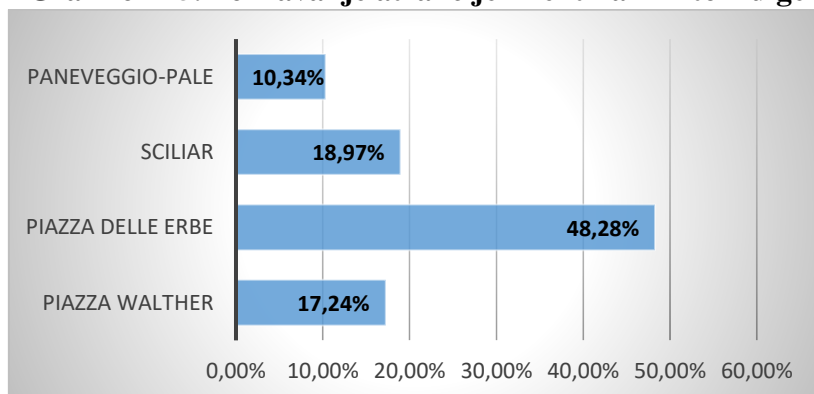
Grafikon 24. Poznavanje atrakcije Friuli-Venezie Giulie



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 25. postavljena je slika jedne od atrakcija Trentina – Alto Adige. Najveći broj ispitanika (48,3%) odgovorilo je Piazza delle Erbe, 19% odgovorilo je Sciliar, 17,2% izabralo je Piazza Walther, a 10,3% izjasnilo se Paneveggio-Pale. Iz analize su isključena 4 ispitanika.

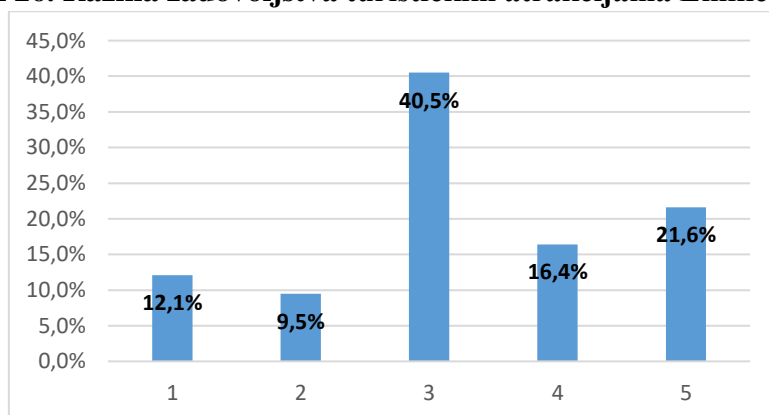
Grafikon 25. Poznavanje atrakcije Trentina – Alto Adige



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 26. analizirana je razina zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Emilie-Romagne. Čak 40,5% ispitanika je odgovorilo sa 3, sa 4 je odgovorilo 16,4%, sa ocjenom 5 odgovorilo je 21,6%, ocjenu 1 izabralo je 12,1%, a 9,5% odabralo je ocjenu 2.

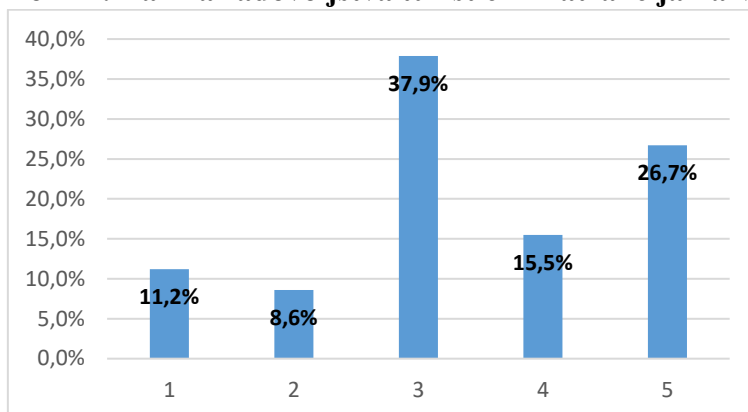
Grafikon 26. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Emilie-Romagne



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 27. analizirana je razina zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Veneta. Čak 37,9% odgovorilo je sa 3, sa 4 je odgovorilo 15,5%, sa ocjenom 5 odgovorilo je 26,7%, ocjenu 1 izabralo je 11,2%, a 8,6% odabralo je ocjenu 2.

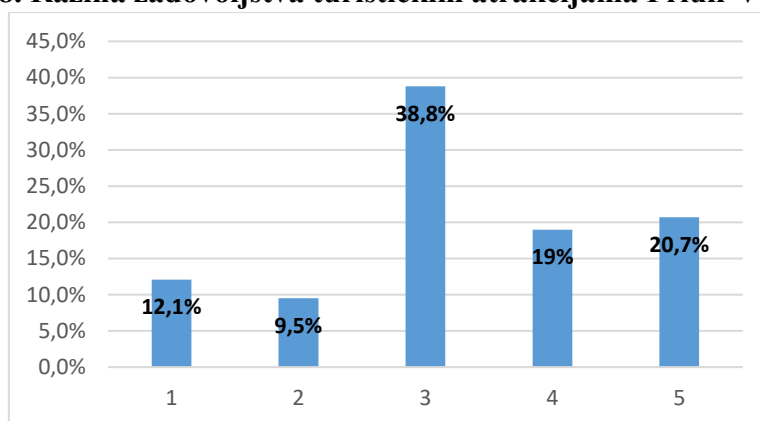
Grafikon 27. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Veneta



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 28. analizirana je razina zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Friuli-Venezie Giulie. Čak 38,8% odgovorilo je sa 3, sa 4 je odgovorilo 19%, sa ocjenom 5 odgovorilo je 20,7%, ocjenu 1 izabralo je 12,1%, a 9,5% odabralo je ocjenu 2.

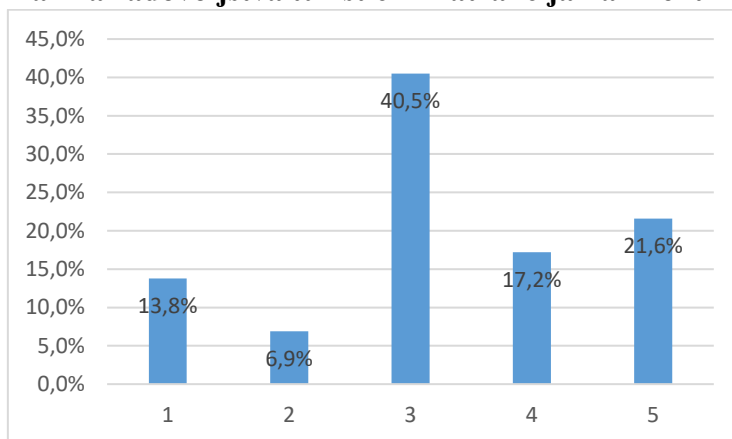
Grafikon 28. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Friuli-Venezie Giulie



Izvor: izrada autorice

Prema Grafikonu 29. analizirana je razina zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Trentina – Alto Adige. Čak 40,5% odgovorilo je sa 3, sa 4 je odgovorilo 17,2%, sa ocjenom 5 odgovorilo je 21,6% ispitanika, ocjenu 1 izabralo je 13,8%, a samo 6,9% odabralo je ocjenu 2.

Grafikon 29. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Trentina – Alto Adige



Izvor: izrada autorice

8.3. Ograničenja istraživanja

U pogledu provedenog istraživanja, važniji segment je vrsta korištenog uzorka, a to je namjerni *online* uzorak. U istom su sudjelovali ispitanici različitih dobnih skupina te korisnici različitih izvora za planiranje putovanja. Općenita činjenica koja opisuje takav tip uzorka je opća nepovjerljivost i slabija valjanost dobivenih rezultata te se isti uzorak može koristiti u istraživanjima, no okarakteriziran je kao daleko nepouzdan uzorak iz raznih razloga. Neki od razloga su: neizravan kontakt sa ispitanicima, česti neodaziv ispitanika, uključujući i opću nezainteresiranost za rješavanje anketnih upitnika ili sudjelovanje istima. Također, ograničenje obuhvaća i sama vrsta izabranog istraživanja, a zbog bržeg i jeftinijeg provođenja.

9. ZAKLJUČAK

Turizam je jedna od najrasprostranjenijih djelatnosti od postojanja čovječanstva, svakodnevno se proširuje i stvara jedinstvene oblike te doživljava prilagođene za specifične skupine turističkih posjetitelja. Definiranjem različitih vrsta turizma, u pitanje dolazi i definiranje samih turističkih atrakcija, svoje mjesto pronalazeći od 60-ih godina 20. stoljeća odnoseći se tada na privlačan element u turističkoj destinaciji te na sve prirodne procese i društvene sadržaje koji u sebi imaju neobičnu snagu za ostvarenje snova turista, a svojim izgledom, poviješću ili pak različitosti resursa specifičnih za određeno područje, privlači turiste iz svih krajeva svijeta. Italija kao svjetska velesila uz tri najpoznatija turistička resursa poput: obale Amalfi, jezera Como te mosta Rialto, može se pohvaliti svojom regionalnom raznolikošću te blagom koje se prožima kroz cijelu zemlju, definirajući je kao zemlju relativno mladog postanka, a posebice kroz prostor sjeveroistočne Italije posebno ističući njihove posebnosti, turističke atrakcije sa zanimljivom poviješću te njihov turistički potencijal. Uz svoje četiri glavne regije: Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia i Trentino – Alto Adige mogućnosti za uživanje u tradiciji i kulturi su beskonačne. Svaka od regija uspostavila je sustav promoviranja svojih sadržaja, varirajući od povijesti i kulture, gastronomije, različitih društvenih programa i festivala, odmora, wellnesa, ali i drugih ekspedicija i oblika aktivnog turizma poput planinarenja, šetnji, vožnji biciklom ili bilo kojih drugih sportskih manifestacija.

U pogledu turističkih posjetitelja, i Italija se suočavala sa posljedicama pandemije COVID-19 te su se prema tome, u odnosu na prethodnu 2019. godinu brojke znatno smanjile, a te posljedice osjećale su se u 2022. godini. Stoga je broj posjetitelja isijavao značajan pad u iznosu od 8%, odražavajući se time i na turističke prihode. Prema izdanim podacima, u svakoj turističkoj regiji veći postotak dolazaka zauzimaju inozemni turisti, posebice Nijemci, a zatim i Švicarci, Austrijanci, Francuzi te SAD i Ujedinjeno Kraljevstvo. Time je dokazano kako turizam ima ključnu ulogu u ekonomiji teritorija, simulirajući značajne turističke prihode i zapošljavanje većeg broja turističkih radnika.

Rezultati istraživanja nagovješćuju dublji uvid u preferencije turističkih atrakcija sjeveroistočne Italije. Konačna analiza pokazuje kako veći postotak ispitanika zauzima mlađa populacija od 18 – 24 godine, a prema županijama prebivališta najzastupljenije su Varaždinska (32,8%) i Međimurska (12,9%) županija. Tada je analizom zaključeno kako pretežiti broj ispitanika (70,7%) upotrebljava internetske izvore za planiranje putovanja, a nakon toga i vlastito planiranje (46,6%) te preporuke obitelji i prijatelja (36,2%).

Utvrđeno je kako su najvažniji motivi dolaska za pojedinu regiju sjeveroistočne Italije pasivni odmor i opuštanje (57,8%) te nova iskustva i doživljaji (56,9%). Shodno tome slijede ih i područja prirodnih ljepota (47,4%), gastronomija (39,7%), upoznavanje kulturnih i povijesnih znamenitosti (40,5%). Motivi poput sporta i rekreacije, planinarenja te blizine destinacije među najmanje su zastupljenijima. U slučaju istraživanja poznavanja područja sjeveroistočne Italije, čak 69,8% ispitanika odgovorilo je sa „ne“, a od četiri glavne regije među ispitanicima je najpoznatija Veneto (68,1%).

Podrobnijom analizom, može se potvrditi kako sjeveroistočna Italija predstavlja varijaciju iznimne kulturno-povijesne baštine, prirodnih ljepota i gastronomske ponude, a različitosti u preferencijama stvaraju daljnje mogućnosti za istraživanje tržišta na kojem počiva nužnost prilagođenih i individualnih sadržaja dajući time svrhu racionalnom korištenju prirodnih i društvenih resursa, još uvijek se fokusirajući na provođenje održivog turizma. Turistički posjetitelji relativno se zainteresirani za područje sjeveroistočne Italije, no njihovo znanje i poznavanje tematike nije na visokoj razini, što znači da nastavljanjem ulaganja u promoviranje područja turističkih regija i pripadajućih turističkih atrakcija, ključ su za kontinuirano provođenje održivog načina turizma.

Izjava o autorstvu

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
Bana Josipa Jelačića 22/a, Čakovec

Prilog 3

IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, internetskih i drugih izvora) bez pravilnog citiranja. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom i nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, NAVA HABEK (ime i prezime studenta) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog rada pod naslovom TURISTIČKE REGIJE SJEVEROISTOČNE ITALIJE

te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

Habek
(vlastoručni potpis)

LITERATURA

1. Alfier, D. (1977). *Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka*. Institut za turizam. Zagreb
2. *Aquileia, the Ruins and the Basilica*. Dostupno na: <https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/things-to-do/aquileia-and-the-basilica>. (Datum pristupa: 10.6.2024.)
3. *Amalfi: Najromantičnija obala na svijetu koju morate posjetiti barem jednom u životu*. (2022). Dostupno na: <https://grazia.hr/amalfi-obala-italija/>. (Datum pristupa: 17.7.2024.)
4. Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur. (2007). *Turizam i sport – razvojni aspekt*. Školska knjiga. Zagreb
5. Bartoluci, M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*. Školska knjiga. Zagreb
6. Bartoluci, M. i sur. (2021). *Menadžment sportskoga turizma i njegovih srodnih oblika*. Narodne novine. Zagreb
7. Brady, S. (2022). *This lesser-visited Italian region is offering free transport and discounts to woo visitors*. Dostupno na: <https://www.lonelyplanet.com/news/italy-friuli-venezia-giulia-free-transport-tourism-discounts>. (Datum pristupa: 6.8.2024.)
8. Clark, G. i sur. (2018). *Italy*. Lonely planet
9. Chi-siamo: *Destinazione Turistica Emilia*. (2021). Dostupno na: <https://visitemilia.com/chi-siamo>. (Datum pristupa: 5.7.2024.)
10. Čavlek, N. i sur. (2011). *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Školska knjiga. Zagreb
11. Čavlek, N. i sur. (2011a). *Uvod u sustav turizma*. Školska knjiga. Zagreb
12. Čaplar, A (2011). *Hrvatski planinar*. Vol. 103. br. 9. Svezak 739. Zagreb
13. D.K. Publishing. (2009). *Italija*. Profil. Zagreb
14. *Dolomites*. (2024). Dostupno na: <https://www.britannica.com/place/Dolomites>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
15. *Dante's tomb in Ravenna: history and visitor guide*. (2024). Dostupno na: <https://www.italythisway.com/places/ravenna-dante-tomb.php>. (Datum pristupa: 28.5.2024.)
16. *Duždeva palača (Palazzo Ducale)*. (2024). Dostupno na: <https://www.putovnica.net/odredista/italija/venecija/sto-posjetiti-znamenitosti-u-veneciji/duzdeva-palaca-palazzo-ducale>. (Datum pristupa: 29.5.2024.)

17. *Emilia-Romagna*. (2024). Dostupno na: <https://www.britannica.com/place/Emilia-Romagna>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
18. *Scopri Visit Emilia*. (2021). Dostupno na: <https://visitemilia.com/>. (Datum pristupa: 5.7.2024.)
19. *Emilia-Romagna – events*. Dostupno na: <https://www.italybyevents.com/en/emilia-romagna/emilia-romagna-events/>. (Datum pristupa: 5.7.2024.)
20. *Estate 2022 da record in FVG, il turismo estivo batte anche i record del 2019*. (2022). Dostupno na: <https://www.girofvg.com/turismo-estate-record-fvg-2022/>. (Datum pristupa: 7.7.2024.)
21. *Furlanija – Julijska krajina*. (2021). Dostupno na: https://enciklopedija.cc/wiki/Furlanija-Julijska_krajina. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
22. Gržinić, J. (2020). *Turističke atrakcije – nastanak, razvoj i utjecaji*. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula
23. Griffin, Z. (2023). *Italian tourism hotspot caps visitor numbers and restricts access to famed lake*. Independent. [Mrežno] Dostupno na: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/trentino-alto-adige-italy-tourists-overcrowding-b2336859.html>. (Datum pristupa: 29.7.2024.)
24. Hrvatska turistička zajednica. (2023). *Profil emitivnog turističkog tržišta – izdanje 2023. Italija*. [Mrežno] Dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-02/Italija%20-%20izdanje%202023.pdf>. (Datum pristupa: 3.8.2024.)
25. Hrvatska enciklopedija. (2024). *Italija*. [Mrežno] Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
26. Hrvatska enciklopedija. (2024). *Italija. Poglavlje 2*. [Mrežno] Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija#poglavlje2>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
27. Hrvatska enciklopedija. (2024). *Emilia i Romanja*. [Mrežno] Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/emilija-i-romanja>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
28. Hrvatska enciklopedija. (2024). *Bologna*. [Mrežno] Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/bologna>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
29. *Il turismo in Veneto nel 2022*. (2023). [Mrežno] str. 1-2. Dostupno na: https://osservatorioturismoveneto.it/wp-content/uploads/2023/04/IL-TURISMO-IN-VENETO-NEL-2022_rev.pdf. (Datum pristupa: 28.5.2024.)
30. Jepson i sur. (2003). *Eyewitness travel guides – Italija*. Profil International d.o.o. Zagreb

31. *Jezero Komo: Sve Što Treba Da Vidite i Znate.* (2017). Dostupno na: <https://toposiguranje.rs/jezero-komo-sve-sto-treba-da-vidite-i-znate/>. (Datum pristupa: 17.7.2024.)
32. Kušen, E. (2001). Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam. *Turizam i prostor – klasifikacija turističkih atrakcija*. Vol. 9. br. 1. Zagreb. str. 1-12. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/16581>. (Datum pristupa: 25.4.2024.)
33. Map Italian Wine Regions: *Map Northern Italy*. (2021). Dostupno na: <https://www.tenzingws.com/map-italian-wine-regions/>. (Datum pristupa: 29.7.2024.)
34. Meštrov, F. (2017). *Turizam sjeverne Italije*. Završni rad. Ekonomski fakultet. Split. [Mrežno] Dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/mestrov_franka_efst_2017_zavrs_struc%20(1).pdf). (Datum pristupa: 25.4.2024.)
35. *Miramare Castle*. Dostupno na: <https://www.italia.it/en/friuli-venezia-giulia/trieste/museum-and-park-of-miramare-castle>. (Datum pristupa: 3.6.2024.)
36. M.K. (2022). *Friuli Venezia Giulia Among The Most Visited Regions This Summer*. Intrieste. [Mrežno] Dostupno na: <https://www.intrieste.com/2022/10/18/friuli-venezia-giulia-among-most-visited-regions-this-summer/>. (Datum pristupa: 29.7.2024.)
37. *Movimento turistico in Trentino: anno 2022*. (2023). [Mrežno] Dostupno na: http://www.statistica.provincia.tn.it/binary/pat_statistica_new/turismo/MovimentoTuristicoTrentinoAnno2022.1678954831.pdf. (Datum pristupa: 28.7.2024.)
38. Peter, L. (2018). *Razvoj inovativnih turističkih atrakcija*. Završni rad. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula. [Mrežno] Dostupno na: <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A2710/datastream/PDF/view>. (Datum pristupa: 25.4.2024.)
39. Price, G. (2012). *Top 10 Venecija*. Mozaik knjiga. Zagreb
40. *Trentino – Južni Tiroi*. (2024). Dostupno na: <https://www.putovnica.net/odredista/italija/trentino-juzni-tirol-alto-adige>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
41. *Trentino – Južni Tiroi*. (2021). Dostupno na: https://enciklopedija.cc/wiki/Trentino-Ju%C5%BEEni_Tirol. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
42. *Trentino – Alto Adige*. Dostupno na: <https://www.visititaly.eu/places-to-go/trentino-alto-adige>. (Datum pristupa: 28.5.2024.)
43. The Great Dolomites Road: *Map – Great Dolomites Road*. (2024). Dostupno na: <https://www.guidedolomiti.com/en/great-dolomites-road/>. (Datum pristupa: 6.8.2024.)

44. Trauttmansdorff Castle in Meran: *A short story of Trauttmansdorff Castle*. Dostupno na: <https://www.trauttmansdorff.it/en/The-Touriseum/Trauttmansdorff-Castle-Meran/>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
45. Statista Research Department. (2024). *Travel and tourism in Italy – statistics and facts*. Dostupno na: <https://www.statista.com/topics/9723/travel-and-tourism-in-italy/#topicOverview>. (Datum pristupa: 28.5.2024.)
46. *Turismo in Emilia-Romagna: nel 2022 prosegue il recupero del flusso turistico perso per la pandemia*. (2023). Dostupno na: <https://statistica.regione.emilia-romagna.it/primo-piano/consistenza-movimento-turistico-emilia-romagna-2022>. (Datum pristupa: 28.5.2024.)
47. Velika enciklopedija zemalja: *Južna Europa*. (2009). Svezak 2. 24sata
48. *Veneto*. (2021). Dostupno na: <https://enciklopedija.cc/wiki/Veneto>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
49. *Veneto*. (2020). Dostupno na: <https://wikitravel.org/en/Veneto>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
50. *Veneto*. (2024). Dostupno na: <https://www.putovnica.net/odredista/italija/veneto>. (Datum pristupa: 27.5.2024.)
51. *Veneto, the land of Venice: Suggestimenti*. Dostupno na: <https://www.veneto.eu/>. (Datum pristupa: 5.7.2024.)
52. Vukonić, B., Keča, K. (2001). *Turizam i razvoj – pojam, načela, postupci*. Ekonomski fakultet. Mikrorad. Zagreb
53. Vukonić, B., Čavlek, N. i sur. (2001). *Rječnik turizma*. Masmedia d.o.o. Zagreb

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS TABLICA

Tablica 1. Turističke regije prema homogenosti	4
Tablica 2. Vrste turizma prema statističkim kriterijima	5
Tablica 3. Vrste turizma prema nestatističkim kriterijima – prostornim, vremenskim, načinu putovanja i obilježjima sudionika putovanja.....	7
Tablica 4. Osnovna klasifikacija realnih i potencijalnih turističkih atrakcija	10

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Spol ispitanika	33
Grafikon 2. Dobna skupina ispitanika	33
Grafikon 3. Razina obrazovanja ispitanika	34
Grafikon 4. Trenutni status ispitanika.....	34
Grafikon 5. Županija prebivališta ispitanika.....	35
Grafikon 6. Broj ispitanika na putovanju u posljednjih 12 mjeseci.....	35
Grafikon 7. Način planiranja putovanja ispitanika	36
Grafikon 8. Preferencije ispitanika prema vrsti turizma	36
Grafikon 9. Motivi putovanja ispitanika	37
Grafikon 10. Posjetitelji Italije.....	37
Grafikon 11. Broj regija sjeveroistočne Italije.....	38
Grafikon 12. Poznavanje regije Emilia-Romagna	38
Grafikon 13. Upravno središte Emilie-Romagne.....	39
Grafikon 14. Poznavanje regije Veneto	39
Grafikon 15. Upravno središte Veneta.....	40
Grafikon 16. Poznavanje regije Friuli-Venezia Giulia	40
Grafikon 17. Upravno središte Friuli-Venezie Giulie.....	41
Grafikon 18. Poznavanje regije Trentino – Alto Adige	41
Grafikon 19. Upravno središte Trentina – Alto Adige	42
Grafikon 20. Preferencije o posjećivanju regija sjeveroistočne Italije	42
Grafikon 21. Preferencije o posjećivanju određene regije sjeveroistočne Italije.....	43

Grafikon 22. Poznavanje atrakcije Emilie-Romagne.....	43
Grafikon 23. Poznavanje atrakcije Veneta.....	44
Grafikon 24. Poznavanje atrakcije Friuli-Venezie Giulie.....	44
Grafikon 25. Poznavanje atrakcije Trentina – Alto Adige.....	45
Grafikon 26. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Emilie-Romagne.....	45
Grafikon 27. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Veneta	46
Grafikon 28. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Friuli-Venezie Giulie	46
Grafikon 29. Razina zadovoljstva turističkim atrakcijama Trentina – Alto Adige	47

POPIS SLIKA

Slika 1. Sjeverna Italija.....	16
Slika 2. Strada delle Dolomiti.....	24
Slika 3. Dolasci turističkih posjetitelja po provincijama	27

PRILOZI

Anketni upitnik

Istraživanje o poznavanju turističkih atrakcija sjeveroistočne Italije

Poštovani,
 pred vama je anketni upitnik koji se provodi za potrebe istraživačkog rada sa temom "Turističke atrakcije sjeveroistočne Italije" te završnog rada sa temom "Turističke regije sjeveroistočne Italije". Istraživanje provodi Ivana Habek, studentica 3. godine prijediplomskog stručnog studija Menadžment turizma i sporta na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu.
 Anketni upitnik je anonimn i namijenjen studentima od 18 godina nadalje.

Za popunjavanje ovog anketnog upitnika potrebno je 5 - 10 minuta.

Unaprijed se zahvaljujem na odvojenom vremenu.

Ivana Habek

Spol: *

Žensko

Muško

Dobna skupina: *

- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55+

Razina obrazovanja: *

⋮

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Prijediplomski studij
- Diplomski studij
- Poslijediplomski studij

Trenutni status: *

- Učenik/učenica
- Student/studentica
- Zaposlen/zaposlena
- Nezaposlen/nezaposlena

Odaberite vašu županiju: *

⋮

- Zagrebačka županija
- Grad Zagreb
- Sisačko-moslavačka županija
- Karlovačka županija
- Varaždinska županija
- Koprivničko-križevačka županija
- Bjelovarsko-bilogorska županija
- Primorsko-goranska županija
- Ličko-senjska županija
- Virovitičko-podravska županija
- Požeško-slavonska županija
- Brodsko-posavska županija
- Zadarska županija

- Osječko-baranjska županija
- Šibensko-kninska županija
- Vukovarsko-srijemska županija
- Splitsko-dalmatinska županija
- Istarska županija
- Dubrovačko-neretvanska županija
- Međimurska županija

⋮

Jeste li bili na putovanju u posljednjih 12 mjeseci? *

- DA
- NE

⋮

Gdje najčešće pronalazite informacije za planiranje vašeg putovanja? (moguće više odgovora) *

- Internetski izvori (web stranice turističkih agencija, recenzije destinacija, recenzije hotela, Booking.com, T...
- Brošure
- TV oglasi
- Oglašivački banneri uz cestu
- Preporuke obitelji, prijatelja
- Vlastito planiranje
- Ostalo...

⋮

Koju vrstu turizma najviše preferirate? (moguće više odgovora) *

- Urbani (gradski)
- Ruralni (seoski)
- Povijesno-kulturni
- Gastronomski
- Ekoturizam
- Kampiranje
- Luksuzni turizam (hotel sa 5 zvjezdica, krstarenja, jahte...)
- Modni turizam
- Aktivni turizam (šetnje, planinarenje, trekking...)
- Pasivni turizam (razgledavanje atrakcija, galerija, izložbi...)
- Ostalo...

⋮
Koji bi bili vaši motivi putovanja u određenu regiju sjeveroistočne Italije? (moguće više odgovora) *

- Pasivni odmor, opuštanje
- Zabava
- Nova iskustva i doživljaji
- Upoznavanje prirodnih ljepota
- Gastronomija
- Sport i rekreacija
- Blizina destinacije
- Upoznavanje kulturnih i povijesnih znamenitosti
- Šetnje
- Planinarenje
- Ostalo...

Jeste li upoznati sa područjem sjeveroistočnog dijela Italije? *

- DA
- NE

⋮
Od koliko regija se sastoji prostor sjeveroistočne Italije? *

- 2
- 3
- 4
- 6

Je li vam poznata regija sjeveroistočne Italije - Emilia-Romagna? *

- DA
- NE

⋮
Upravno središte Emilie-Romagne je: *

- Modena
- Ravenna
- Bologna
- Piacenza

Je li vam poznata regija sjeveroistočne Italije - Veneto (Venecija)? *

DA

NE

Upravno središte Veneta (Venecije) je: *

Ferrara

Cannareggio

Pordenone

Venecija

Je li vam poznata regija sjeveroistočne Italije - Friuli-Venezia Giulia? *

DA

NE

Upravno središte Friuli-Venezie Giulie je: *

Pordenone

Gorizia (Gorica)

Trst

Akvileja

Je li vam poznata regija sjeveroistočne Italije - Trentino-Alto Adige (Južni Tirol)? *

DA

NE

Upravno središte Trentina-Alto Adigea (Južnog Tirola) je: *

Bolzano

Trento

Merano

Rimini

Biste li posjetili koju od navedenih regija? *

DA

NE

Koju od navedenih regija biste posjetili? (**jedan odgovor**) *

Tekst kratkog odgovora

Odaberite **jedan** od ponuđenih odgovora za ovu atrakciju: *



Palazzo di Pilotta

Piazza Duomo

Piazza Maggiore

Piazza Cavalli

...

Odaberite **jedan** od ponuđenih odgovora za ovu atrakciju: *



Palazzo Labia

Duždeva palača

Trg svetog Marka

Odaberite **jedan** od ponuđenih odgovora za ovu atrakciju: *



- Dvorci Miramare
- Dvorci San Giusto
- La Sorgente del Gorgazzo
- Villa Marin

Odaberite **jedan** od ponuđenih odgovora za sljedeću atrakciju: *



- Piazza Walther
- Piazza delle Erbe
- Sciliar
- Paneveggio-Pale

Označite razinu vašeg zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Emilie-Romagne: *

	1	2	3	4	5	
Izrazito zadovoljan/na	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito nezadovoljan/na

Označite razinu vašeg zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Veneta (Venecije): *

	1	2	3	4	5	
Izrazito zadovoljan/na	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito nezadovoljan/na

Označite razinu vašeg zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Friuli-Venezie
Giulie: *

	1	2	3	4	5	
Izrazito zadovoljan/na	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito nezadovoljan/na

...

Označite razinu vašeg zadovoljstva nakon posjeta turističkim atrakcijama Trentina-Alto Adige *
(Južnog Tirola):

	1	2	3	4	5	
Izrazito zadovoljan/na	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito nezadovoljan/na

Hvala na sudjelovanju!

