

# Turističke atrakcije i kulturno-povijesna baština Italije

---

Ožvatić, Ena

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:110:582233>

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

**Ena Ožvatić, 0313027226**

**TURISTIČKE ATRAKCIJE I KULTURNO-POVIJESNA  
BAŠTINA ITALIJE**

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, rujan 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I  
SPORTA

**Ena Ožvatić, 0313027226**

**TURISTIČKE ATRAKCIJE I KULTURNO-POVIJESNA  
BAŠTINA ITALIJE**

**TOURIST ATTRACTIONS AND CULTURAL AND  
HISTORICAL HERITAGE OF ITALY**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Čakovec, rujan 2024.

## **Predgovor**

*Želim izraziti svoju zahvalnost mentoru, mr.sc. Ivanu Hegedušu, za stručno vodstvo, korisne savjete i podršku tijekom izrade ovog završnog rada. Također, zahvaljujem se Međimurskom veleučilištu u Čakovcu te svim zaposlenicima na pruženoj pomoći tijekom studija. Zahvaljujem se svima koji su doprinijeli ovom završnom radu sudjelovanjem u provedenom istraživanju.*

*Posebnu zahvalu upućujem svojoj obitelji, dečku i prijateljima, koji su bili moj oslonac tijekom cijelog studiranja. Njihova strpljivost, razumijevanje i podrška ohrabivali su me u trenucima izazova i sumnje.*

*Na kraju, ovaj završni rad s ljubavlju posvećujem svojoj dragoj baki Liljani, koja nažalost više nije s nama. Neka ovaj rad bude odraz njezine bezuvjetne ljubavi i podrške koja me uvijek pratila. Njezina vjera u mene dala mi je snagu da nastavim dalje i završim ovo poglavlje mog života.*

*Ena Ožvatić*



## 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: ENA OŽVATIĆ, JMBAG: 0313027226  
(ime i prezime)

Kolegij: SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA  
(na kojem se piše rad)

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

Naslov rada: TURISTIČKE ATRAKCIJE I KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA ITALIJE

Naslov rada na engleskom jeziku: TOURIST ATTRACTIONS AND CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF ITALY

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

Broj zadatka: 2023-MTS-17

Kratki opis zadatka: Italija je oduvijek bila prepoznatljiva turistička destinacija na turističkoj karti svijeta.

Bogati gradovi, muzeji, crkve, hrana, samo samo su neki od turističkih aduta Italije. Koje su najpoznatije turističke destinacije Italije?

Kako i na koji način se promoviraju? Odakle dolazi najviše posjetitelja i koliko godišnje Italija uprnhodi od turizma? Koji je najpoznatiji turistički suvenir Italije?

Datum: .2024.

Potpis mentora: 

## Sažetak

Ovaj završni rad bavi se analizom turističkih atrakcija i kulturno-povijesne baštine, jedne od najvažnijih turističkih destinacija u svijetu. Italija, smještena u srcu Mediterana, kao zemlja bogate povijesti i kulture, privlači posjetitelje svojom raznovrsnom ponudom koja obuhvaća povijesne spomenike, umjetnička djela, prirodne ljepote te gastronomske specijalitete. Kulturni turizam u Italiji temelji se na bogatoj povijesnoj i kulturnoj baštini, uključujući brojne UNESCO-ove lokalitete, muzeje i festivale. Rad naglašava ključne turističke atrakcije Italije, uključujući njene povijesne gradove poput Rima, Pise i Venecije, koji su svjetski poznati po svojim znamenitostima kao što su Koloseum u Rimu, Bazilika svetog Petra, Vatikanski muzeji i Kosi toranj u Pisi.

Posebna pažnja posvećena je kulturno-povijesnim lokalitetima pod zaštitom UNESCO-a, kao što su Pompeji, Amalfijska obala, Cinque Terre i grad Verona. Ove destinacije predstavljaju dragocjenu baštinu Italije i imaju veliki značaj za kulturni turizam. Pored atrakcija, rad istražuje i druge oblike turizma koji su od velike važnosti za Italiju, kao što su vjerski, gastronomski i vinski turizam, koji dodatno obogaćuju turističku ponudu zemlje. Italija je poznata po svojoj vrhunskoj kuhinji, te po kvalitetnim vinima iz regija poput Toskane, Pijemonta i Veneta.

Italija ostaje neizostavna destinacija za turiste iz cijelog svijeta, a njen bogati kulturni, gastronomski i prirodni potencijal omogućava daljnji razvoj turizma koji će očuvati njenu jedinstvenu baštinu i ponuditi posjetiteljima nezaboravna iskustva.

**Ključne riječi:** *Italija, turizam, kulturno-povijesna baština, UNESCO, turističke atrakcije*

## **Abstract**

This final explores the tourist attractions and cultural-historical heritage of one of the most important tourist destinations in the world, Italy. Situated in the heart of the Mediterranean, Italy, as a country with rich history and culture, attracts visitors with its diverse attractions, including historical landmarks, works of art, natural beauty, and culinary specialties. Cultural tourism in Italy is based on its rich historical and cultural heritage, which includes numerous UNESCO sites, museums and festivals. The final explores highlights key tourist attractions in Italy, including its historic cities such as Rome, Pisa and Venice, which are globally known for landmarks such as the Colosseum in Rome, St. Peter's Basilica, the Vatican Museums and the Leaning Tower of Pisa.

Special attention is given to UNESCO-protected cultural-historical sites such as Pompeii, the Amalfi Coast, Cinque Terre and the city of Verona. These destinations represent Italy's precious heritage and hold great importance for cultural tourism. In addition to these attractions, the final explores other forms of tourism that are highly significant for Italy, such as religious, gastronomic and wine tourism, which further enrich the country's tourism offerings. Italy is known for its brilliant cuisine and high-quality wines from regions such as Tuscany, Piedmont and Veneto.

Italy remains an essential destination for tourists from all over the world and its rich cultural, gastronomic and natural potential enables further development of tourism that will preserve its unique heritage and offer visitors unforgettable experiences.

**Keywords:** *Italy, tourism, cultural-historical heritage, UNESCO, tourist attractions*

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. ITALIJA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA .....	2
2.1. Italija.....	3
2.2. Turističke regije Italije.....	4
3. UNESCO- ova BAŠTINA ITALIJE .....	6
3.1. Materijalna baština.....	9
3.1.1. Arheološko nalazište Pompeji, Herculaneum i Torre Annunziata .....	10
3.1.2. Grad Verona .....	10
3.1.3. Vila d'Este, Tivoli.....	11
3.1.4. Costiera Amalfitana.....	11
3.1.5. Portovenere, Cinque Terre i otoci .....	11
3.1.6. Botanički vrt u Padovi.....	12
3.1.7. Dolomiti .....	12
3.1.8. Via Appia.....	13
3.2. Nematerijalna kulturna baština .....	13
4. TURISTIČKE ATRAKCIJE I RESURSI ITALIJE .....	16
4.1. Koloseum i Rimski forum.....	17
4.2. Fontana di Trevi i Pantheon.....	20
4.3. Vatikanski muzeji.....	21
4.4. Toranj u Pisi .....	22
4.5. Milanska katedrala i trg .....	22
4.6. Gardeland Park .....	23
4.7. Jezero Como .....	24
4.8. Galerija Uffizi .....	24
5. POSEBNI OBLICI TURIZMA .....	25
5.1. Vjerski turizam .....	25
5.1.1. Vatikan .....	26
5.1.2. Trg svetog Petra i Bazilika svetog Petra .....	26
5.1.3. Bazilika svetog Franje u Assisiju.....	28
5.2. Urbani turizam.....	28
5.2.1. Rim.....	28



5.2.2. Venecija.....	29
5.2.3. Firenca.....	29
5.2.4. Milano.....	30
5.2.5. Napulj.....	30
5.3. Kulturni turizam.....	30
5.3.1. Venecijanski karneval .....	31
5.3.2. Festival di Sanremo.....	31
5.3.3. Venecijanski filmski festival .....	32
5.4. Vinski i gastronomski turizam .....	32
6. ISTRAŽIVANJE PREPOZNATLJIVOSTI TURISTIČKIH PROIZVODA ITALIJE I PREFERENCIJE POSJETITELJA .....	34
6.1. Metodologija istraživanja .....	34
6.2. Karakteristika uzorka.....	34
6.3. Rezultati istraživanja.....	36
7. ZAKLJUČAK .....	44
IZJAVA O AUTORSTVU .....	46
LITERATURA .....	47
POPIS ILUSTRACIJA .....	50
PRILOZI.....	51

## 1. UVOD

Italija, jedna od najvažnijih turističkih destinacija na svijetu, nudi bogatu i raznoliku ponudu turističkih atrakcija, od kulturno- povijesnih znamenitosti, preko prirodnih ljepota, do vrhunske gastronomske i enološke tradicije. Smještena u srcu Mediterana, Italija je bila povijesno središte kulturnih, umjetničkih i političkih događanja, što je rezultiralo bogatstvom materijalne i nematerijalne baštine koja privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. Gradovi poput Rima, Firence i Venecije simboli su talijanske povijesti i umjetnosti, a njihove znamenitosti su prepoznatljive.

Italija je također zemlja s velikim brojem UNESCO-ovih svjetskih baština, što potvrđuje njezinu važnost u očuvanju kulturnog naslijeđa čovječanstva. Ovaj rad detaljno analizira turističke atrakcije i kulturno- povijesnu baštinu Italije, s naglaskom na njihovu prepoznatljivost među turistima.

U radu se također istražuje važnost kulturnog turizma i njegov utjecaj na oblikovanje talijanske turističke ponude. U kontekstu turističke ponude, on predstavlja ključan segment, a njegov razvoj ima veliki potencijal za doprinos održivosti turističkog sektora. Rad se također osvrće na posebne oblike turizma u Italiji, uključujući vinski, gastronomski, vjerski i urbani turizam, te istražuju kako oni nadopunjuju kulturnu ponudu zemlje.

Kroz provedeno istraživanje o prepoznatljivosti turističkih proizvoda Italije među ispitanicima, cilj ovog rada je identificirati glavne motive posjetitelja, njihove preferencije i izazove s kojima se suočavaju prilikom posjeta. Istraživanje pruža uvid o tome kako talijanske turističke atrakcije odgovaraju na potrebe suvremenih turista te sugerira potencijalne mjere za daljnji razvoj i promociju kulturnog turizma u zemlji.

## 2. ITALIJA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Prema UNWTO-u turistička destinacija može se opisati kao ključna lokacija i središnje mjesto ostvarivanja putovanja. U tok kontekstu, razlikuju se tri vrste turističkih destinacija u odnosu na trajanje i boravak turista: motivacijska destinacija predstavlja glavni cilj putovanja, udaljena destinacija je ona koja je najdalje od turistovog doma, dok je glavna destinacija ona u kojoj turist provodi najviše vremena. Turizam je jedan od najbrže rastućih društvenih fenomena na globalnoj razini, koji uključuje različite sudionike u međunarodnoj interakciji. Prema Hunziker i Krapf (1942) definiraju turizam kao skup pojava i odnosa koji proizlaze iz putovanja i privremenog boravka posjetitelja na nekom mjestu, pod uvjetom da taj boravak nije povezan s trajnim prebivalištem niti s gospodarskom djelatnošću. Drugim riječima, turizam se odnosi na niz interakcija koje nastaju kada turisti posjete neku destinaciju (Gržinić, 2022).

Na početku se pojam destinacije u turizmu koristio kao sinonim za odredište ili krajnji cilj putovanja. Međutim, razvojem turizma, taj pojam je doživio proširenje i transformaciju u pojam turističke destinacije, stječući novo značenje. Danas se turistička destinacija može opisati kao širi funkcionalni prostor koji uključuje jedno ili više turističkih lokaliteta (Kušen, 2002).

Kušen (2002) prema Weber i Mikačić (1995a) definira turističku destinaciju kao mjesto gdje se turisti intenzivno okupljaju zbog raznih dobrobiti koje pruža, a te dobrobiti oblikuju turističke aktivnosti na tom području.

Turizam danas možemo smatrati sinonimom za globalnu homogenizaciju. On omogućava uključivanje destinacija u svjetsku mapu kroz prezentaciju njihovih jedinstvenih karakteristika koje im daju globalni značaj. Destinacija je mjesto gdje se turistički proizvod koristi i gdje posjetitelji provode svoje slobodno vrijeme, te se promatra kao prostor u kojem se odvija turistički promet zahvaljujući postojećim kapacitetima. U širem kontekstu, destinacija može predstavljati regiju koja obuhvaća više turističkih središta. Primjer destinacije može biti kruzer kao „pokretna destinacija“, ali i kontinent poput Europe. Granice destinacije definiraju njeni dionici (Gržinić, 2022).

## 2.1. Italija

Italija je smještena u središnjem dijelu Sredozemlja, u južnom dijelu Europe. Na sjeveru graniči s Austrijom i Švicarskom, na istoku sa Slovenijom, a na zapadu s Francuskom. Na njezinom teritoriju nalaze se i dvije enklave, San Marino i Vatikan. Osim kopnenih granica, Italija dijeli morsku granicu s Hrvatskom. Zemlja obuhvaća Apeninski poluotok te dva velika otoka u Sredozemnom moru, Siciliju i Sardiniju. Glavni grad Italije je Rim. Službeni jezik je talijanski, a valuta je euro. Većina Italije ima sredozemnu klimu, dok su u alpskim područjima prisutni planinski klimatski uvjeti. Italija ima razvijeno i industrijalizirano gospodarstvo, koje je jedno od najvećih. Zemlja je članica Europske unije, Eurozone i G7, što naglašava njen značaj u globalnoj ekonomiji. Njeno gospodarstvo temelji se na snažnoj industrijskoj bazi, s naglaskom na proizvodnju automobila, strojeva, kemikalija, elektronike, tekstila, hrane i luksuznih proizvoda poput mode i automobila (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija#poglavlje3>, pristup: 22.06.2024).

Italija je bila kolijevka Rimskog Carstva, jednog od najvećih carstava u drevnom svijetu. Nakon propasti Zapadnog Rimskog Carstva uslijed barbarskih invazija, na tlu Italije su se formirale germanske države. Tijekom ranog srednjeg vijeka, Bizantsko Carstvo i Franačka su kontrolirale značajne dijelove Italije. Kasnije, podjela Italije na male države omogućila je dominaciju Svetog Rimskog Carstva, Francuske i Austrije nad talijanskom politikom. Italija je ujedinjena u drugoj polovici 19. stoljeća, a tijekom razdoblja Kraljevine Italije, koje je trajalo do završetka Drugog svjetskog rata, zemlja je izgradila kolonijalno carstvo u Sredozemlju i istočnoj Africi. Godine 1946. Italija je postala republika. Također, bila je među osnivačima NATO-a, G8 i Europske ekonomske zajednice, koja je kasnije prerasla u Europsku uniju (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija#poglavlje3>, pristup: 22.06.2024).

## 2.2. Turističke regije Italije

Danas se u Italiji može izdvojiti sedam turističkih regija: Ligursko primorje, Tirensko primorje, Sicilija, Sardinija, Jadransko primorje, Alpe i unutrašnjost Italije (Curić, Glamuzina, Opačić, 2013):

- 1) **Ligursko primorje** najranije se uključilo u moderni turizam, naglasak je na kupališnom turizmu. Tu regiju obilježava velika koncentracija turista u ljetnim mjesecima. Genova je glavno središte regije, koja je još od srednjega vijeka bila jedna od najvažnijih sredozemnih luka. U okolici Genove pružaju se mnoga kupališna područja. Turistički najvažniji dio tog kupališnog područja zove se Riviera dei Fiori.
- 2) **Tirensko primorje** obuhvaća jugozapadno primorje Italije. U toj regiji od najvažnijeg značaja je Napuljski zaljev. Napulj najviše turista privlači svojom kulturno-povijesnom baštinom. Atraktivnost Napuljskog zaljeva povećava vulkan Vezuv. U njegovoj blizini nalaze se dva arheološka lokaliteta iz antičkog doba koja su ostala očuvana zbog erupcije vulkana, a to su rimski grad Pompeji i Herculaneum. Na južnom ulazu u zaljev nalazi se otok Capri sa svojom popularnom atrakcijom pod nazivom Modra špilja. Najpoznatije destinacije Tirenskog primorja su Salerno i Amalfi.
- 3) **Sicilija** je najveći talijanski otok. Turistički je slabije razvijena. Turističku ponudu Sicilije čini kupališni turizam, arheološki lokaliteti i kulturno-povijesni spomenici. Također, od velike važnosti je i nautički turizam i vinske ture. Otok je popularna destinacija brodovima koji se nalaze na kružnom putovanju krstareći Sredozemljem. Najveći grad otoka Sicilije je Palermo, koji je poznat po kulturno-povijesnim spomenicima građenim sicilijanskim baroknim stilom. Na Siciliji se nalazi aktivan vulkan Etna.
- 4) **Sardinija** je drugi po veličini talijanski otok. Sardinija je slabo razvijeno područje. Najvažniju ulogu ima kupališni turizam, a glavno kupališno područje naziva se Costa Smeralda koja se nalazi na sjeveroistoku otoka. Značaj također imaju kulturno-povijesni spomenici i arheološki lokaliteti.
- 5) **Jadransko primorje** turistički je slabije razvijeno. Najrazvijeniji dio ove regije je sjeverni dio gdje se nalaze pješčane plaže i gradovi. U blizini grada Riminija pružaju se kompleksi s pješčanim plažama u duljini od 25 kilometara. Venecija je svjetski poznata po kulturno-povijesnim spomenicima koji datiraju još od razdoblja dok je bila samostalna država. Važna je i zbog karnevalskog festivala koji se tamo događa svake godine. U regiji Jadransko primorje nalaze se i velike tranzitne luke kao što su Ravenna, Ancona, Pescara, Brindisi i Bari koje imaju trajektnu vezu s Jadranskim i Jonskim morem.

- 6) **Alpe** su regija koja razvija cjelogodišnji turizam. U hladnom je dijelu godine razvoj baziran turizma baziran na zimski sportsko-rekreacijski turizam. U ljetnim je mjesecima razvijen kupališni turizam na alpskim jezerima. Poznat nacionalni park tog područja je Gran Paradiso.
- 7) **Unutrašnjost Italije** je regija koja najviše turista privlači svojom kulturno-povijesnom baštinom. Ta se regija dijeli na dva manja dijela, a to su sjeverna i središnja Italija. Glavna atrakcija ove regije je grad Rim, koji je ujedno i glavni grad Italije. Turističko značenje ima i gastronomska ponuda, muzeji i modna industrija. Rimska gradska četvrt Vatikan, ima status međunarodno priznate države koji je prijestolnica Katoličke crkve i brojnih hodočašća.

### 3. UNESCO- ova BAŠTINA ITALIJE

Međunarodne organizacije doprinose razvoju kulturnog turizma kroz različite aspekte. U početku su se fokusirale na teorijske pristupe očuvanju kulturne baštine, no s vremenom su proširile svoje aktivnosti na edukaciju turista. To je rezultiralo stvaranjem specijaliziranih programa namijenjenih kulturnim turistima, koji ne samo da podižu svijest o očuvanju kulturne baštine, već i promoviraju kulturni turizam kao oblik putovanja usmjeren na ljude koji traže autentična i nova iskustva. Ključne organizacije poput UNESCO-a, Europske unije, Vijeća Europe kroz svoj rad ističu važnost materijalne i nematerijalne baštine (Jelinčić, 2009).

UNESCO, osnovan 16. studenog 1945. godine, djeluje kao specijalizirana agencija Ujedinjenih naroda, s fokusom na intelektualna i etička pitanja u obrazovanju, kulturi i znanosti. Sa sjedištem u Parizu, organizacija broji 193 zemlje članice i 11 pridruženih članica, te ima globalno djelovanje (Valčić, 2018).

Svjetske destinacije kulturne baštine često se izdvajaju po svojim estetskim, kulturnim i povijesnim značajkama, koje su upotpunjene razvijenom turističkom infrastrukturom i privlačnim interpretacijama koje obogaćuju doživljaj posjetitelja. Međutim, nisu sve atrakcije podjednako popularne. Neke privlače više posjetitelja zahvaljujući većoj prepoznatljivosti i autentičnosti. Uspjeh leži u održivom razvoju kulturnog turizma putem jedinstvenih prezentacija i edukativnih interpretacija (Valčić, 2018).

Danas se baština prepoznaje kao važan i sve brže rastući element turizma. Osim što nosi estetsku i simboličku vrijednost, baština ima značajan ekonomski potencijal unutar turističkog sektora, omogućavajući ostvarivanje prihoda kroz turizam. Kao turistički resurs, kulturna baština doprinosi gospodarskom razvoju, privlači ulaganja te povećava zaposlenost i prihode lokalne zajednice. Također, doprinosi očuvanju i obnovi kulturnih dobara, profesionalizaciji sektora, edukaciji stručnjaka u raznim područjima, kao i oživljavanju tradicije, zanata, rituala, svečanosti i folklornih događanja (Valčić, 2018).

Na UNESCO-vom popisu Zaštićene kulturne i prirodne baštine u 2024. godini nalazi se 60 dobara iz Italije (<https://whc.unesco.org/en/statesparties/it/>, pristup: 22.06.2024):

- Sacri Monti od Pijemonta i Lombardije
- Kraljevska palača iz 18. stoljeća u Caserti s parkom, akvaduktom Vanvitelli i kompleksom San Leucio
- Arapsko- normanski Palermo i katedralne crkve Cefalu i Monreale
- Arheološko područje i Patrijaršijska bazilika u Akvileji
- Arheološko područje Pompei, Herculaneum i Torre Annunziata
- Asiz, bazilika San Francesco i druga franjevačka mjesta
- Botanički vrt Padova
- Castel del Monte
- Katedrala, Torre Civica i Piazza Grande, Modena
- Crkva i dominikanski samostan Santa Maria delle Grazie s „Posljednjom večerom“ Leonarda da Vinci
- Nacionalni park Cilento i Vallo di Diano s arheološkim nalazištima Paestum i Velia te Certosa di Padula
- Grad Verona
- Grad Vicenza i Palladijeve vile Veneta
- Costiera Amalfitana
- Crespi d'Adda
- Ranokršćanski spomenici Ravenna
- Etrušćanske nekropole Cerveteri i Tarquinia
- Ferrera, grad renesanse i njegova delta rijeke Po
- Genova: Le Strade Nuove i sustav Palazzi dei Rolli
- Povijesno središte Firenze
- Povijesno središte Napulja
- Povijesno središte Rima
- Povijesno središte San Gimignano
- Povijesno središte Siene
- Povijesno središte grada Pienze
- Povijesno središte Urbina
- Ivrea, industrijski grad 20. stoljeća



- Kasnobarokni gradovi Val di Noto
- Le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene
- Longobardi u Italiji
- Mantova i Sabbioneta
- Vile i vrtovi medici u Toskani
- Padovanski ciklusi freski iz 14. stoljeća
- Piazza del Duomo, Pisa
- Portovenere, Cinque Terre i otoci
- Prehistoric Pile Dwellings around the Alps
- Rezidencije kraljevske kuće Sovaja
- Retijska željeznica u krajolicima Albula/ Bernina
- Crteži na stijinama u Valcamonici
- Su Naraxi di Barumini
- Sirakuza i sjenovita nekropola Pantalica
- Trulli iz Alberobella
- Veliki toplički gradovi Europe
- Portici Bologne
- Sassi i park rupestrijskih crkava u Materii
- Val d'Orcia
- Venecijanska obrambena djela između 16. i 17. stoljeća: Stato da Terra- zapadni Stato da Mar
- Venecija i njena laguna
- Via Appia
- Vila Adriana (Tivoli)
- Villa d'Este (Tivoli)
- Villa Romana del Casale
- Vinogradarski krajolik Pijemonta: Langhe- Roero i Monferrato
- Prastare i iskonske bukove šume Karpata i drugih regija Europe
- Evaporitski krš i špilje sjevernih Apenina
- Eolski otoci
- Monte San Giorgio
- Planina Etna

- Dolomiti.

U nastavku rada bit će riječi o materijalnoj i nematerijalnoj baštini Italije, te će biti spomenuto nekoliko dobra.

### **3.1. Materijalna baština**

Materijalna baština obuhvaća fizičke predmete koji se mogu mijenjati, poput artefakata, umjetničkih djela, arheoloških ostataka, potrošačkih proizvoda, te zgrada i crkava. Ona predstavlja područje interakcije između ljudi i okoliša, pri čemu ljudske aktivnosti mogu negativno utjecati na okoliš, primjerice kroz klimatske promjene, zagađenje ili krčenje šuma. Osim na kopnu, materijalni tragovi kulture nalaze se i pod vodom, a ostaci starih brodova duž obale sadrže neke od najvažnijih resursa podvodne kulture (Valčić, 2018).

#### **U materijalnu kulturnu baštinu spadaju:**

##### **1. Spomenici:**

- djela arhitekture;
- monumentalna djela iz područja skulpture i slikanja;
- crteži, pećine i prebivališta;
- kombinacije obilježja izuzetne univerzalne vrijednosti, povijesne, umjetničke ili znanstvene.

##### **2. Skupine građevina:**

- skupine samostalnih ili povezanih građevina koje imaju iznimnu arhitektonsku, povijesnu, umjetničku ili znanstvenu vrijednost zbog svoje homogenosti.

##### **3. Lokaliteti:**

- čovjekova djela ili kombinirana djela prirode i čovjeka;
- područja koja uključuju arheološke lokalitete iznimne univerzalne vrijednosti, povijesne, umjetničke ili znanstvene. (UNESCO, 1972, prema Jelinčić, 2009).

### **3.1.1. Arheološko nalazište Pompeji, Herculaneum i Torre Annunziata**

Svjetska baština uključuje tri različita arheološka područja: Pompeje, Herculaneum i vile u Torre Annunziati. Kada je vulkan Vezuv eruptirao 79. godine, uništio je dva grada kao i mnoge bogate seoske vile na tom području. Pompeji su bili zatrpani debelim slojem vulkanskog pepela, a Herculaneum je nestao pod piroklastičnim valovima i tokovima. Ova su mjesta postupno iskopavana od sredine 18. stoljeća, ali dijelovi Herculaneuma još uvijek leže ispod modernog grada. Pompeji, sa svojim dobro očuvanim zgradama na istraženom području od 44 hektara, jedino su arheološko nalazište na svijetu koje pruža potpunu sliku starorimskog grada. Glavni forum okružen je brojnim javnim zgradama i hramovima, a grad također sadrži i brojne komplekse javnih kupatila, kazališta i amfiteatar. U Herculaneumu su dobro očuvane brojne javne zgrade, uključujući palestru s monumentalnim ulazom, dva kompleksa javnih kupatila i kazalište. Grad je također značajan po kompletnosti svojih trgovina, koje su sačuvale opremu kao što su veliki vrčevi za vino. Vile izvan Pompeja i Herculaneuma, prikazuju luksuzan način života rimske elite. Pompeji su također značajni zbog bogatstva grafita koji pružaju uvid u život tog vremena. Herculaneum je sačuvao voštane pločice i papirusne svitke s filozofskim tekstovima. Herculaneum je predstavljen kao prvi „muzej na otvorenom“ u Europi (<https://whc.unesco.org/en/list/829> , pristup: 1.07.2024).

### **3.1.2. Grad Verona**

Grad Verona nalazi se u sjevernoj Italiji u podnožju planine Lessini na rijeci Adige. Verona je osnovana u 1. stoljeću pr. Kr., te je primjer grada koji se više od 2000 godina neprestano razvijao. Svoj procvat doživjela je tijekom srednjeg vijeka pod vlašću obitelji Scaliger, a kasnije i pod upravom Venecije od 15. do 18. stoljeća. Središte Verone čini drevni rimski grad smješten unutar zavojitog toka rijeke, koji se ističe jednom od najbogatijih zbirki rimskih ostataka u sjevernoj Italiji. Sačuvani su brojni spomenici iz tog razdoblja, uključujući gradska vrata, Porta Borsari, ostatke Porta Leoni, Arco dei Gavi, koji je rastavljen u tijekom napoleonskog razdoblja i ponovno sagrađen pored Castelvecchia, te Ponte Pietra, rimsko kazalište i amfiteatar (<https://whc.unesco.org/en/list/797>, pristup: 1.07.2024).

### **3.1.3. Vila d'Este, Tivoli**

Villa d'Este u Tivoliju, središnjoj Italiji, dizajnirana je od strane Pirra Ligorija u ime kardinala Ippolita II d'Este. Palača i vrtovi, koji se prostiru na oko 4,5 hektara, predstavljaju jedan od najsloženijih primjera talijanskog vrta iz 16. stoljeća. Glavna zgrada vile je jednostavna, s dugačkim trokatnim pročeljem koje gleda na vrtove. Vrtovi su raspoređeni preko dvije strme padine, s centralnom osovinom koju obilježava lođa palače. Fontane, ukrasni bazeni i špilje koje se nalaze u vrtovima rezultat su velikih napora uloženi u opskrbu vodom, koristeći prirodnu gravitaciju za pokretanje vodenih elemenata. Najistaknutiji dio vrta je vodena kaskada i Fontana del Bicchierone. Vrtovi s mnogim vodenim igrama i hidrauličkim automatima čine ih jedinstvenim primjerom renesansnog vrtlarstva (<https://whc.unesco.org/en/list/1025>, pristup: 1.07.2024).

### **3.1.4. Costiera Amalfitana**

Obala Amalfi, proteže se duž južne obale sorentinskog poluotoka u pokrajini Salerno. Predstavlja krajolik izuzetne kulturne i prirodne vrijednosti, priroda je netaknuta i stopljena s ljudskim djelovanjem. Ovo područje od 11 231 hektar obuhvaća 15 općina, poljoprivredna zemljišta i tri prirodna rezervata. Na južnoj strani poluotoka prirodnu granicu čine planine Lattari koji se protežu od vrhova planina Picentini pa sve do Tirenskog mora, dijeleći Napuljski zaljev od Salernskog zaljeva. Gradovi kao što su Amalfi i Ravello, bogati su arhitektonskim i umjetničkim nasljeđem. Obala Amalfi poznata je po terasastom uzgoju agruma i vinogradima te arhitektonskim djelima u „arapsko-normanskom stilu“ (<https://whc.unesco.org/en/list/830>, pristup: 1.07.2024).

### **3.1.5. Portovenere, Cinque Terre i otoci**

Cinque Terre i Portovenere proteže se 15 kilometara duž istočne obale Ligurije, uključujući i tri otoka Palmaria, Tino i Tinetto. Raspored i organizacija malih gradova, kao i oblikovanje okolnog krajolika, odražavaju dugu povijest ljudskog naseljavanja ove regije, koje je uspješno savladalo izazove strmog i neravnog terena tijekom proteklog tisućljeća. Cinque Terre obuhvaća pet glavnih sela, a to su Vernazza, Manarola, Riomaggiore, Corniglia i Monterosso al Mare. Krajolik je prepoznatljiv po strmim padinama koje su oblikovane terasama za vinovu lozu i masline, izgrađenima uz pomoć suhozida od grubih pješčanika. Prirodna vegetacija, uključujući

garigu i makiju, ostaje netaknuta u višim dijelovima. Naselja su izgrađena na stijinama i često se grupiraju oko vjerskih i srednjovjekovnih građevina, dok terase i male kamene kolibe služe za privremeni smještaj tijekom žetve. Portovenere je bio važno kulturno i trgovačko središte još iz rimskog doba iz kojeg su u njegovoj okolini sačuvani brojni arheološki ostaci (<https://whc.unesco.org/en/list/826>, pristup: 1.07.2024).

### **3.1.6. Botanički vrt u Padovi**

Padovski botanički vrt, osnovan 1545. godine, najstariji je sačuvani botanički vrt u svijetu. Smješten je u Padovi, vrt je važan povijesni primjer botaničkih istraživanja i znanstvene razmjene. Dizajn vrta uključuje središnji dio simbolizirajući svijet, okružen prstenom vode, s rasporedom u obliku savršenog kruga podijeljenog ortogonalnim stazama. Vrt je značajan zbog svoje zbirke od preko 6 000 vrsta biljaka, organiziranih prema različitim kriterijima. Osim toga, sadrži knjižnicu s više od 50 000 svezaka i rukopisa te herbarij, koji je drugi po veličini u Italiji. Vrt je od velike znanstvene važnosti za botaniku, medicinu, ekologiju i farmaciju (<https://whc.unesco.org/en/list/824> , pristup: 1.07.2024).

### **3.1.7. Dolomiti**

Dolomiti obuhvaćaju planinski lanac u sjevernim talijanskim Alpama, s 18 vrhova koji prelaze visinu od 3 000 metara i prostiru se na više od 140 000 hektara. Ovaj krajolik, prepoznat po svojoj izuzetnoj ljepoti, obiluje strmim liticama, vertikalnim zidovima te uskim, dubokim dolinama. Devet područja koja čine serijsko vlasništvo, predstavljaju raznolike i spektakularne pejzaže s međunarodno važnim geomorfološkim obilježjima, uključujući tornjeve, vrhove i kamene zidove. Područje također sadrži glacijalne oblike reljefa i krške sustave, a dinamične prirodne procese, poput odrona, poplava i lavina, redovito obilježavaju prostor. Uz to, Dolomiti su jedan od najboljih primjera očuvanih mezozojskih karbonatnih platformi s bogatim fosilnim zapisima (<https://whc.unesco.org/en/list/1237> , pristup: 1.07.2024).

### 3.1.8. Via Appia

Via Appia, duga preko 800 kilometara, najstarija je i najznačajnija rimska cesta. Gradili su je od 312. godine pr. Kr. Do 4. stoljeća nove ere, a izvorno je služila kao strateška ruta za vojna osvajanja prema istoku i Maloj Aziji. Kasnije je postala ključna za razvoj gradova koje je povezivala, omogućavajući procvat novih naselja, poljoprivrede i trgovine. Ovaj kompleks, koji se sastoji od 19 dijelova, predstavlja vrhunski primjer inženjerskog umijeća Rimljana u izgradnji cesta i infrastrukture, uključujući impresivne građevine poput trijumfalnih lukova, termi, amfiteatara, bazilika, kanala, mostova i javnih fontana. Via Appia postala je važna u kolektivnom sjećanju, kako kroz književnost i ikonografiju, tako i kroz glazbu. Također je postala ključna destinacija Grand Toura, putovanju koje su poduzimali intelektualci kako bi se upoznali s kulturnim i povijesnim nasljeđem Europe (<https://whc.unesco.org/en/list/1708> , pristup: 1.07.2024).

### 3.2. Nematerijalna kulturna baština

Nematerijalni aspekti odnose se na procese koji obuhvaćaju tradicionalne prakse, poput normi, rituala, ceremonija, kulturnog identiteta, plesova, vjerovanja i vrijednosti. Oni odlikuju društvo i daju mu značenje, čime ga razlikuju od drugih društava. Simbolički aspekti kulture razlikuju se od jedne kulture do druge, jer oblikuju ono što pojedinci trebaju znati ili u što trebaju vjerovati kako bi se ponašali u skladu s društveno prihvaćenim normama. Oni stvaraju osnovu za funkcioniranje društva i postavljaju očekivanja za ponašanje njegovih članova (Valčić, 2018).

Trenutno se na UNESCO- ovoj listi svjetske baštine iz Italije nalazi 19 nematerijalnih kulturnih dobara. (<https://ich.unesco.org/en/state/italy-IT?info=elements-on-the-lists> , pristup: 10.07.2024).

Na UNESCO-ovom popisu nematerijalne kulturne baštine Italije nalaze se neka od sljedećih dobara:

- **Tradicionalna izrada violina u Cremoni:** Upisana je 2012. godine na Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Izrada violina poznata je po tradicionalnom procesu oblikovanja i restauriranja violina, viola, violončela i

kontrabasa. Svaki proizvođač violina konstruira od tri do šest instrumenata godišnje, ručno oblikujući i sastavljajući. Svaki dio instrumenta izrađen je od specifičnog drva pažljivo odabranog. Ne postoje dvije iste violine (<https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-violin-craftsmanship-in-cremona-00719>, pristup: 10.07.2024 ).

- **Meditranska prehrana:** Upisana 2013. na Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Mediteranska prehrana obuhvaća niz vještina, znanja, običaja, simbola i tradicije povezanih s uzgojem, žetvom, ribolovom, stočarstvom, očuvanjem, obradom, pripremom hrane, a posebnu važnost pridaje zajedničkom dijeljenju i konzumaciji obroka. Mediteranska prehrana ističe važnost gostoljubivosti, dobrih odnosa sa susjedima, međukulturnog dijaloga i kreativnosti, te promovira način života koji se temelji na poštivanju različitosti. Obuhvaća vještinu i izradu tradicionalnih posuda za transport, čuvanje i konzumaciju hrane, uključujući keramičke tanjure i čaše (<https://ich.unesco.org/en/RL/mediterranean-diet-00884>, pristup: 10.07.2024).
- **Praksa opernog pjevanja u Italiji:** Upisano 2023. godine na Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Talijansko operno pjevanje je način pjevanja koji povećava nosivost glasa u akustičnim prostorima poput dvorane, amfiteatra, arene ili crkve. Takav način pjevanja mogu izvoditi osobe oba spola, povezano je sa specifičnim izrazima lica, gestama tijela te uključuje kombinaciju glazbe, drame, inscenacije i glume (<https://ich.unesco.org/en/RL/the-practice-of-opera-singing-in-italy-01980> , pristup: 10.07.2024).
- **Umijeće suhozida, znanja i tehnike:** Upisano 2018. godine na Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Umijeće suhozida uključuje izradu kamenih konstrukcija slaganjem kamena bez upotrebe vezivnog materijala, a rašireno je po većim ruralnim područjima uglavnom na strmim terenima. Stabilnost građevina postiže se pomnim odabirom i postavljanjem kamena, oblikujući krajolike i omogućavajući različite oblike stanovanja i poljoprivrede. Suhozidi imaju ključnu ulogu u sprečavanju prirodnih katastrofa, očuvanju tla, jačanju bioraznolikosti i

stvaranju povoljnih mikroklimatskih uvjeta (<https://ich.unesco.org/en/RL/art-of-dry-stone-walling-knowledge-and-techniques-01393>, pristup: 10.07.2024 ).

- **Proslava velikih procesijskih struktura koje se nose na ramenima:** Upisano 2013. na Reprezentativnoj listi nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Katoličke procesije s velikim strukturama koje se nose na ramenima odvijaju se u Italiji, posebno u Noli, Palmi, Sassariju i Viterbu, gdje svaka zajednica slavi svog zaštitnika ili svetca. Procesije zahtijevaju sudjelovanje glazbenika, pjevača i vještih obrtnika koji izrađuju strukture i svečanu odjeću (<https://ich.unesco.org/en/RL/celebrations-of-big-shoulder-borne-processional-structures-00721> , pristup: 10.07.2024).



## 4. TURISTIČKE ATRAKCIJE I RESURSI ITALIJE

Riječ atrakcija dolazi od latinskog glagola *attrahere*, što znači privlačiti ili privući. Atrakcije su temelj razvoja turizma i njegova suština. Pojam atrakcija pojavio se 60-ih godina 20. stoljeća i odnosi se na prirodne fenomene i društvene sadržaje koji imaju sposobnost privlačenja, izazivanja interesa, ispunjenja snova i slično. Sastoji se od skupa potencijalnih i stvarnih turističkih atrakcija svake destinacije, bilo da je riječ o mjestu, regiji, državi ili čak kontinentu. Turističke atrakcije ne samo da ispunjavaju potrebe turista, već i jačaju međunarodni status destinacija i njihovih doživljaja. Atrakcija, bilo da obogaćuje prostor zahvaljujući prirodnim resursima ili je rezultat ljudskog djelovanja, postaje globalno prepoznata kroz aktivnosti dionika destinacije. Ovi dionici, osim što ostvaruju koristi za lokalne zajednice zahvaljujući lokacijskoj renti, putem turističke privlačnosti također razvijaju tržišne mreže (Gržinić, 2020).

Turističke destinacije razvijaju se kako bi privukle posjetitelje i promovirale lokalne resurse, atrakcije i usluge. Obično nude raznoliku paletu sadržaja, koja može obuhvaćati kulturne, povijesne i prirodne znamenitosti, sportske i rekreativne aktivnosti, ugostiteljske usluge, smještajne kapacitete, trgovine, zabavne sadržaje i druge slične ponude. Temeljni resursi svake turističke destinacije su njene turističke atrakcije, koje igraju ključnu ulogu u oblikovanju cjelokupnog turističkog iskustva i pokretanju rasta turizma. Te atrakcije oblikuju potrebe, motivaciju i aktivnosti turista. Prostorno, sve turističke atrakcije ostavljaju pečat, bilo da su sastavni dio fizičkog prostora ili je njihova prisutnost posebno naznačena (Kušen, 2002).

Podjela turističkih resursa prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (WTO):

- prirodni turistički resursi;
- kulturno- povijesna baština;
- klimatski uvjeti;
- infrastruktura;
- turističke usluge i sadržaji (Kušen, 2002).

Prirodna atrakcijska osnova uključuje plaže, koraljne grebene, planine, pustinje, šume, zaštićena područja prirode, slapove, jezera, rijeke, spilje, faune i ostalo. Navedene prirodne ljepote privlače posjetitelje koji žele uživati u aktivnostima na otvorenom i upoznati se s čarima netaknute prirode. Kulturno-povijesna atrakcijska osnova obuhvaća povijesne zgrade i povijesna mjesta, spomenike, arheološka nalazišta, folklor i tradiciju, rukotvorstvo, muzeje i galerije, predstave, znanstvene i tehnološke resurse. U klimatske uvjete spadaju prosječne temperature, relativna vlažnost, količina padalina, broj sunčanih dana, učestalost i snaga

vjetrova i čistoća zraka. Infrastrukturna atrakcijska osnova uključuje prijevoz, izvor energije, opskrbu vodom, zbrinjavanje krutog otpada i otpadnih voda, komunikaciju (pošta, telefon, mediji), banke, zdravstvene ustanove i ostalo. U turističke usluge i sadržaje ubraja se smještaj, usluga prehrane, prijevozne i turističke agencije, kupnja, rekreacija i zabava, sport, turističke informacije i turistički kadrovi (Kušen, 2002).

Kao što je u prethodnim poglavljima spomenuto, Italija je zemlja s mnogo turističkih resursa i atrakcija, a u nastavku će biti opisane one najposjećenije.

#### **4.1. Koloseum i Rimski forum**

##### **Koloseum**

Eliptični amfiteatar smješten u središtu Rima jedan je od najpoznatijih simbola grada, Rimskog Carstva i antičke arhitekture. Kao najveći drevni amfiteatar ikad izgrađen, poznat je i pod nazivom Flavijev amfiteatar, budući da su ga započeli graditi carevi iz Flavijevske dinastije. Ovalnog je oblika, s dimenzijama 188 x 156 metara u širinu i 57 metara u visinu, a mogao je primiti između 70 i 80 tisuća gledatelja. Gledatelji su sjedili prema društvenom statusu, car i svećenici u podnožju, patriciji iznad njih, dok je narod zauzimao najviše dijelove. Otvaranje Koloseuma obilježeno je svečanostima koje su trajale 100 dana. U njima su se održavale gladijatorske borbe, javne priredbe, borbe sa životinjama, javna pogubljenja i predstave temeljene na rimskoj mitologiji. Posljednje igre održane su za vrijeme cara Honorija, između 395. i 423. godine. Nakon što je oštećen u potresu, Koloseum je obnovljen. U 19. stoljeću papa je unutar Koloseuma postavio križ u znak sjećanja na sve kršćanske žrtve. Svakog Velikog petka, papa predvodi Križni put koji započinje u blizini Koloseuma (Miličević, 1998).

**Slika 1:** Rimski Koloseum



**Izvor:** <https://bs.wikipedia.org/wiki/Koloseum> (pristup: 24.07.2024.)

## Rimski forum

Rimski forum, smješten između Piazzze Venezia i Koloseuma, bio je glavno središte političkog, gospodarskog, kulturnog i religijskog života antičkog Rima, gdje su se odvijale važne vjerske i javne aktivnosti. Uz Koloseum, forum je jedan od najprepoznatljivijih simbola Rimskog Carstva koji je sačuvan do danas. Nakon propasti Rimskog Carstva, forum je pao u zaborav i prekrilo ga je sloj zemlje. Iako se već u 16. stoljeću znalo za njegovu lokaciju, sustavna iskapanja započela su tek u 20. stoljeću (<https://www.vodickrozrim.info/sta-videti/rimski-forum/>, pristup: 24.07.2024).

Slika 2: Rimski forum



Izvor: <https://www.mondotravel.hr/europska-putovanja-autobusom-rim-za-zimske-praznike.html>  
(pristup: 24.07.2024.)

## 4.2. Fontana di Trevi i Pantheon

### Fontana di Trevi

Fontana di Trevi, smještena je u Rimu. Jedna je od najljepših i najvećih fontana na svijetu. Povijest fontane datira iz 19. godine prije Krista, kada ju je izgradio vojskovođa Agripa. Voda za fontanu dopremena je iz planina Albana, s izvora poznatog pod nazivom Djevičanska voda. Kroz povijest je fontana doživjela nekoliko preinaka, a u potpunosti je dovršena 1762. godine. Visoka je 26 metara i široka 20 metara, fontana izgledom podsjeća na pročelje palače. U njenom središtu smješten je kip boga mora Oceana, koji stoji na velikoj školjci koju vuku dva konja. Jedan od njih je nemiran, dok je drugi smiren, simbolizirajući promjenjivo stanje mora. Kipovi Tritona, pomažu mu u vođenju konja. Voda se prelijeva preko kamenih rubova i ulijeva u veliko more, simbolizirajući životnu snagu vječnog grada Rima. Svakog dana kroz fontanu prođe približno 80 tisuća kubnih metara vode. Uz fontanu je povezana i legenda prema kojoj bacanje novčića desnom rukom preko lijevog ramena u vodu osigurava ponovni dolazak u Rim (Miličević, 1998).

Slika 3: Fontana di Trevi



Izvor: <https://www.viator.com/en-AU/Rome-attractions/Trevi-Fountain/overview/d511-a717>

(pristup: 24.07.2024.)

### Pantheon

Pantheon je građevina antičkog Rima, jedini potpuno očuvani spomenik iz tog razdoblja. Smješten je na Piazza della Rotonda, a kroz povijest je više puta preuređivan. Poznat je po

svojoj kupoli neobične izrade i savršenog oblika, s promjerom od 43,3 metra. U središtu kupole nalazi se veliki okulus, otvor promjera 9 metara, koji omogućuje ulazak prirodne svjetlosti unutar građevine. Otvor nema staklo, pa kroz njega može padati kiša, zbog čega su u podu postavljene male rupe i odvodni kanali koji odvođe vodu iz Pantheona. Ime Pantheon znači „najsvetije mjesto“. U vrijeme pape Bonifacija IV. građevina je ponovo otvorena i posvećena Djevici Mariji i svim kršćanskim mučenicima (Miličević, 1998).

**Slika 4:** Pantheon



**Izvor:** <https://www.romaexperience.com/post/the-imperfect-perfection-of-the-pantheon-in-rome>  
(pristup: 24.07.2024.)

### **4.3. Vatikanski muzeji**

Vatikanski muzeji su jedan od najvećih i najznačajnijih kompleksa muzeja na svijetu, smješteni unutar Vatikanskog grada. Osnovani su početkom 16. stoljeća od strane pape Julija II., danas sadrže zbirku umjetnina i artefakata koji su prikupljeni stoljećima. Kompleks se sastoji od više muzeja kao što su Muzej Pio Clementino, Muzej Chiaramonti, Muzej Braccio Nuovo, Egipatski muzej, Misionarski i etnografski muzej, Muzej poganske i kršćanske skulpture, Pinoteku te Sikstinsku kapelu, čiji je strop oslikan freskama Michelangela (<https://enciklopedija.hr/clanak/vatikanski-muzeji>, pristup: 24.07.2024).

#### 4.4. Toranj u Pisi

Kosi toranj u Pisi je zvonik romaničke katedrale u Pisi. Toranj se počeo nagnjati zbog nestabilnosti temelja. Izgrađen je kao samostalni zvonik za katedralu u Pisi, radovi na projektu trajali su čak dva stoljeća. Već u početnoj fazi gradnje koja je započela u 12. stoljeću, struktura se počela nagnjati zbog mekog tla koje nije moglo podržati težinu građevine. Nagib se dodatno povećao tijekom nastavka radova u 14. stoljeću. Toranj je visok 56 metara i ima 8 katova. Toranj je izgrađen od bijelog mramora (<https://putnikofer.hr/mjesta/kosi-toranj-u-pisi/>, pristup: 24.07.2024).

Slika 5: Kosi toranj u Pisi



Izvor: <https://www.index.hr/magazin/clanak/kosi-toranj-u-pisi-ispravio-se-za-cetiri-centimetra/2424470.aspx>  
(pristup: 24.07.2024.)

#### 4.5. Milanska katedrala i trg

Milanska katedrala, poznata kao Duomo di Milano, najveća je gotička katedrala u Italiji i jedna od najvećih u svijetu, sa 157 metara dužine i 92 metra širine. Gradnja katedrale započela je u 14. stoljeću, no dovršena je nakon više od 500 godina. Najimpresivniji dio građevine je njen krov, sa 135 tornjeva, koji pruža pogled na grad Milano i Alpe u daljini. Brončana vrata katedrale dekorirana su niskim reljefima s prikazima iz života Djevice Marije,

Svetog Ambrozija i milanske povijesti. Lađe katedrale podupiru 52 impozantna stupa, a svjetlost ulazi kroz vitraje sa svih strana. U riznici ispred glavnog oltara čuvaju se brojni srednjovjekovni radovi od zlata i srebra. Trg ispred katedrale, Piazza del Duomo povijesno je središte Milana, okruženo značajnim građevinama poput Gallerie Vittorio Emanuele II (Italija, 2009).

**Slika 6:** Milanska katedrala



**Izvor:** <https://intertravel.rs/sr/magazin/atrakcije/milanska-katedrala-milano> (pristup:24.07.2024.)

#### **4.6. Gardeland Park**

Gardeland Park je vodeći zabavni park u Italiji, s dugom tradicijom i statusom jednog od najvećih u Europi. Smješten je u gradiću Castelnuovo del Garda, nedaleko od grada Verone. Park je podijeljen u tematske zone koje detaljno pokazuju svjetove povijesti, geografije, svemira i mašte. Vožnje u Gardelandu pružaju jedinstvenu kombinaciju avanture, snova i fantazije, s raznovrsnim atrakcijama i predstavama koje mogu zadovoljiti široku publiku, uključujući djelu, tinejdžere, odrasle, obitelji i starije posjetitelje. Park sadrži 6 velikih „Roller Coastera“, koji uključuju Blue Tornado, Magic Mountain, Sequoia Adventure, Space Vertigo, Colorado Boat i Fuga da Atlantide (<https://www.gardaland.it/en> , pristup: 24.07.2024).



#### **4.7. Jezero Como**

Jezero Como smješteno je u regiji Lombardiji, između Milana i granice sa Švicarskom. Treće je po veličini jezero u Italiji, nakon jezera Garda i Maggiore. Sa svojih 410 metara dubine, jedno je od najdubljih jezera u Europi. Jezero ima oblik obrnutog slova Y. Sjeverni krak počinje u gradu Colica, dok su gradovi Como i Lecco smješteni na krajevima jugozapadnog i jugoistočnog kraka. Gradić Bellagio, poznat kao biser jezera, ima kamene ulice ispunjene trgovinama koje nude luksuzne i lokalne proizvode. Como kao najveći grad na jezeru, poznat je po svojoj katedrali, starom gradu, promenadi uz jezero i Muzeju svile. Među nezaobilaznim atrakcijama je i Villa del Balbianello, jedna od najpoznatijih vila, koja je bila pozornica nekih od svjetski poznatih filmova (<https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/jezero-como-italija-vodic-za-putovanja-savjeti-za-putovanja/>, pristup: 24.07.2024).

#### **4.8. Galerija Uffizi**

Galerija Uffizi u Firenci, smještena je u povijesnom središtu grada koje je na UNESCO-ovom popisu od 1982. godine, jedan od najvažnijih umjetničkih muzeja na svijetu. Palaču je izgradio Giorgio Vasari za vojvodu Cosima I. Medicija između 1560. i 1574. godine, a dovršio ju je Bernardo Buontalenti 1580. godine. Izvorno je služila kao uredski prostor firentinskih dužnosnika i mjesto čuvanja umjetničke zbirke obitelji Medici, koju je 1737. godine Anna Maria Lodovica poklonila gradu. Galerija je povremeno bila otvorena za javnost od 1581. godine, a 1765. godine postaje jedan od prvih modernih muzeja. U njoj se nalazi izuzetna zbirka umjetničkih djela iz razdoblja 12.-18. stoljeća, s posebnim naglaskom na talijanske majstore poput Botticellija, Michelangela, Leonarda da Vinci i Caravaggia, ali i djela stranih umjetnika. Zbog obimnosti zbirke, dio djela nalazi se u drugim firentinskim muzejima, poput muzeja Bargello (<https://www.enciklopedija.hr/clanak/galerija-uffizi>, pristup: 1.09.2024).

## 5. POSEBNI OBLICI TURIZMA

Danas se sve više napušta tradicionalna ideja planskog makro upravljanja, jer specifični oblici turizma potiču razvoj turizma na regionalnoj razini. Kada je riječ o održivom razvoju, posebni oblici turizma pridonose uspostavi standarda koji povećavaju sigurnost turista tijekom njihovog boravka, kao i zaštitu kulturnih i prirodnih resursa. Održiv razvoj postaje ključna strategija u razvoju specifičnih oblika turizma te značajno doprinosi njihovom napretku (Valčić, 2018).

Za razliku od masovnog turizma, koji se odvija u uobičajenim i predvidljivim okruženjima, turizam posebnih interesa usmjeren je na istraživanje novih destinacija ili aktivnosti koje zadovoljavaju promjenjive procese tržišta (Dujmović, 2014).

Prema Kušenu (2002), prilikom donošenja odluke o destinaciji za odmor, često igraju ulogu i drugi motivi, poput sportskih i rekreacijskih, zdravstvenih, religijskih i kulturnih razloga. Turističke motive možemo podijeliti na: odmor i rekreaciju, kupovinu, razgledavanje, kružna putovanja, obrazovanje, sudjelovanje na seminarima, konvencijama i izložbama, sportske aktivnosti, poslovna putovanja, posjete kulturnim događajima, posjete prijateljima i obitelji, zdravstvene razloge, religijske motive i druge čimbenike.

Posebni oblici turizma pružaju mogućnosti za interakciju s raznim kulturnim sredinama, praćenje aktualnih događaja te stjecanje novih kulturnih vrijednosti i znanja. Na taj način potiču pojedinca na razvoj snažnijih stavova prema sebi i drugima, potičući prijelaz iz pasivnog u aktivniji način života. Turizam usmjeren na posebne interese uključuje oblike turizma koji privlače manji broj entuzijastičnih posjetitelja. To mogu biti hobiji ili aktivnosti koje prakticira manji broj ljudi. Turisti specifičnih interesa putuju kako bi uživali u proizvodima ili uslugama koje odgovaraju njihovim posebnim interesima i potrebama (Dujmović, 2014).

### 5.1. Vjerski turizam

Povezanost turizma i religije očituje se kroz tisuće sakralnih objekata i sadržaja koji privlače velik broj turista. Kulturna i povijesna važnost tih objekata često je glavni razlog turističkog

interesa nadmašujući njihovu primarnu religijsku ulogu. Vjerski objekti imaju dvostruku funkciju u turizmu, služe kao mjesta gdje vjernici mogu ispuniti svoje duhovne potrebe, ali također privlače turiste zbog svoje kulturne, povijesne ili umjetničke vrijednosti, slično kao muzeji ili galerije. U današnje vrijeme, ta turistička funkcija često nadmašuje njihovu religijsku ulogu. Najpoznatija svetišta privuku više od 6 milijuna vjernika godišnje, dok se procjenjuje da preko 200 milijuna ljudi svake godine sudjeluje u hodočasničkom turizmu (Gaić, 2011).

### **5.1.1. Vatikan**

Vatikan, najmanja država na svijetu po površini i broju stanovnika, smješten je unutar grada Rima. Osnovan je 1929. godine, čime je postao suvremena država i sjedište Katoličke crkve. Vatikan je duhovno sjedište katolika širom svijeta. Papa je poglavar Vatikana, a ujedno je biskup rimske biskupije i poglavar Katoličke crkve. Vatikan predstavlja simbol Italije i popularno je odredište hodočašća za vjernike i turiste. Središte Vatikana čini Trg svetog Petra, sagrađen u 17. stoljeću. Vatikanski grad dom je nekih od najvažnijih svjetskih kulturnih i religijskih spomenika, uključujući Baziliku svetog Petra, Sikstinsku kapelu i Vatikanske muzeje (Grabovac, 2013).

### **5.1.2. Trg svetog Petra i Bazilika svetog Petra**

#### **Trg svetog Petra**

Trg svetog Petra izgrađen je u obliku elipse, koja simbolizira otvorene ruke koje prihvaćaju svakoga tko želi slijediti Krista. Trg se nalazi ispred Bazilike svetog Petra, sa zapadne strane rijeke Tiber i u blizini Anđeoske tvrđave. Stupovi koji okružuju trg raspoređeni su u četiri reda, tako da, kad se stigne do središta elipse, vidljiv je samo prvi red stupova. Iznad njih su postavljeni kipovi svetaca, ukupno njih 140. U središtu trga nalazi se obelisk, koji je dovezen iz Egipta u Rim 39. godine poslije Krista, za vrijeme vladavine cara Klaudija (Miličević, 1998).

#### **Bazilika svetog Petra**

Bazilika svetog Petra (Basilica di San Pietro), najveća je kršćanska crkva na svijetu izgrađena na mjestu groba svetog Petra Apostola. U bazilici se nalazi Michelangelova Pietà,

jedno od najpoznatijih remek djela renesanse koje prikazuje Mariju s tijelom Isusa nakon raspeća. Baziliku krase Berninijev baldahin odnosno skulptura nad glavnim oltarom, brojni mozaici, freske i kipovi koji ju čine jednom od najvažnijih umjetničkih riznica na svijetu. Iznad ulaza u predvorje posebna je loža s koje papa u prilikom svečanosti daje blagoslov gradu Rimu i svijetu (*lat. Urbi et Orbi*). Na vrhu pročelja smješteni se kipovi apostola, a u središtu nalazi kip Isusa Krista. Kupola bazilike pruža panoramski pogled na Rim i Vatikan. Ispred bazilike nalazi se Trg svetog Petra, mjesto na kojem se okuplja masa vjernika i turista zbog mnogih važnih događaja, uključujući papinske audijencije i blagoslove, što ga čini središtem vjerskog i kulturnog života Vatikana (Miličević, 1998).

Slika 7: Trg i Bazilika svetog Petra



**Izvor:** <https://povijest.hr/nadanasnjidan/postavljeni-temelji-bazilike-sv-petra-u-vatikanu-1506/>  
(pristup: 1.09.2024.)

### 5.1.3. Bazilika svetog Franje u Assisiju

Assisi, rodno mjesto svetog Franje, osnivača franjevačkog reda. Srednjovjekovni je grad i jedno od najvažnijih hodočasničkih mjesta u Italiji. Bazilika svetog Franje Asiškog, u kojoj se nalazi grob svetog Franje, upisana je na UNESCO-vu listu svjetske baštine. Bazilika se smatra prvom gotičkom građevinom u Italiji, a koja je bila uzor tzv. prosjačkih redova franjevaca i dominikanaca. Ukrašena je freskama najpoznatijih umjetnika tog vremena. Freske prikazuju život svetog Franje i druge religijske scene (<https://whc.unesco.org/en/list/990>, pristup: 1.09. 2024).

Slika 8: Bazilika svetog Franje u Assisiju



Izvor: <https://hr.advisor.travel/poi/Bazilika-sv-Franje-Asiskog-2397> (1.09.2024.)

## 5.2. Urbani turizam

Gradovi su među najpopularnijim destinacijama na svijetu, te su atrakcije same po sebi. Oni su ključne točke kroz koje prolaze putnici na domaćim ili međunarodnim rutama. Većina gradova nudi širok spektar aktivnosti u kojima posjetitelji mogu sudjelovati. Urbani turizam spada među najstarije oblike turizma, no ujedno je i jedan od najznačajnijih i najizazovnijih za upravljanje (Dujmović, 2014).

### 5.2.1. Rim

Rim, poznat kao „Vječni grad“, glavni je i najveći grad Italije i jedno od najvažnijih kulturnih središta u svijetu. Prema legendi, grad je osnovan od strane braće Romula i Rema. Grad je

smješten na rijeci Tiber u regiji Lacij. Povijesno središte Rima uvršteno je na UNESCO-ovu listu svjetske baštine, uključujući zidine Urbana VIII, Forume, Augustov mauzolej, Hadrijanov mauzolej, Trajanov stup, Stup Marka Aurelija, kao i vjerske i javne građevine. U Rimu se nalaze brojne znamenitosti koje svjedoče o njegovoj povijesti kao središtu Rimskog Carstva, uključujući Koloseum, Rimski forum, Panteon i Vatikanske muzeje. Rim je poznat po svojoj renesansnoj i baroknoj arhitekturi. Trgovi kao što su Trg Navona i Španjolski trg, zajedno s fontanom di Trevi simbol su rimske kulturne baštine. Rim je također centar Katoličke crkve i dom Pape, što mu daje posebnu duhovnu važnost (<https://whc.unesco.org/en/list/91>, pristup: 1.09.2024).

### **5.2.2. Venecija**

Venecija, grad na vodi, smješten u sjevernoj Italiji na laguni Venecijanskog zaljeva. Gradska jezgra formirala se na maloj gusto zbijenoj otočnoj skupini od 118 otočića međusobno odvojenih kanalima i spojeno mostovima koji djeluju kao pomorske ceste koje neprestano križaju gondole i brodovi u dolasku i odlasku. Venecija je bila važan trgovački i kulturni centar tijekom srednjeg vijeka i renesanse. Grad je poznat po svojim povijesnim zgradama, uključujući baziliku svetog Marka, Duždevu palaču i most Rialto. Venecija je također domaćin Venecijanskog karnevala (Italija, 2009).

### **5.2.3. Firenca**

Firenca je glavni grad pokrajine Toskana u Italiji. Dom je mnogih umjetnika poput Michelangela, Leonarda da Vincija i Dantea Alighierija. Firenca je poznata po svojim umjetničkim djelima, arhitekturi i povijesnim građevinama. Katedrala Santa Maria del Fiore ili Duomo, s prepoznatljivom kupolom koju je dizajnirao talijanski kipar i arhitekt Brunelleschi, dominira gradom, treća je po dužini crkva na svijetu, duga 148 metara. Galerija Uffizi čuva neke od najvažnijih djela renesansnog razdoblja. Most Ponte Vecchio (Stari most), premošćuje rijeku Arno. Posebnim ga čine brojne trgovine i radnje koje se na njemu nalaze, u prošlosti su to bile mesnice i ribarnice, a danas se na njemu nalaze zlatarnice i draguljarnice (<https://putnikofer.hr/mjesta/sto-posjetiti-u-firenci-italija/> , pristup: 1.09.2024).

#### **5.2.4. Milano**

Milano, jedan od glavnih financijskih; kulturnih i modnih središta Europe, glavni je grad regije Lombardije koja se nalazi na sjeveru Italije. Milanska katedrala ili Duomo di Milano, jedna je od najvećih gotičkih katedrala na svijetu. U Milanu se također nalazi svjetski poznata opera La Scala, koja privlači ljubitelje glazbe. Grad je domaćin Milanskog tjedna mode, jednog od najvažnijih događaja u modnoj industriji, gdje se okupljaju najpoznatiji svjetski dizajneri i brendovi. Milano nudi i brojne muzeje, galerije i povijesne znamenitosti poput: trgovačke galerije Vittorio Emanuele II; srednjovjekovnog dvorca Castello Sforzesco smješten u središtu grada; muzeja Picacoteca di Brera i samostana Santa Maria delle Grazie koji je uvršten na popis UNESCO-ove svjetske baštine zbog toga crkve u kojoj se nalazi freska „Posljednja večera“ Leonarda da Vinci. Navigli je poznata četvrt u Milanu koja izgledom podsjeća na Veneciju, zbog vodenih kanala. Područje oko kanala Navigli pretvoreno je u područje namijenjeno za zabavu s brojnim restoranima i barovima (Italija, 2009).

#### **5.2.5. Napulj**

Napulj, grad smješten na obali južne Italije. Prostire se između vulkanske planine Vezuv i obale. Jedan od najpoznatijih povijesnih lokaliteta u Napulju je Pompeji, grad i arheološko nalazište koje je bilo uništeno u erupciji vulkana Vezuv 79. godine. Katedrala u Napulju je katedrala posvećena svetom Janu, zaštitniku grada, poznata je po gotičkoj arhitekturi. Castello dell'Ovo najstariji je dvorac u Napulju, smješten na obali mora. Glavni gradski trg naziva se Plabiscito, okružen Kraljevskom palačom i Crkvom svetog Franje di Paola. Najstarije operno kazalište u Europi nalazi se u Napulju te nosi naziv Teatro di San Carlo, otvoreno 1737. godine. Napulj je poznat po svojoj gastronomskoj ponudi, pizza Margharita potekla je iz Napulja i jedan je od naj prepoznatljivih specijaliteta (<https://whc.unesco.org/en/list/726>, pristup: 1.09.2024).

### **5.3. Kulturni turizam**

Kulturno turizam odnosi se na putovanja ljudi motiviranih kulturnim atrakcijama izvan svog stalnog mjesta boravka, s ciljem stjecanja novih iskustava i informacija kako bi zadovoljili svoj interes za kulturom. Ova vrsta turizma je visokokvalitetna, posvećena očuvanju konzumirane kulture, a istovremeno obogaćuje i kultivira one koji sudjeluju u njenom otkrivanju (Golja, 2016).

Kulturni turizam postaje sve češće tema znanstvenih istraživanja, no još uvijek ne postoji jedinstvena teorijska osnova koja bi olakšala njegovu praktičnu primjenu, posebno u kontekstu kulturno-turističkog menadžmenta. Iako kulturni elementi poput muzeja, galerija, festivala, arhitektonskih spomenika, povijesnih građevina, umjetničkih događanja i baštinskih lokaliteta privlače turiste, to samo po sebi nije dovoljno za učinkovitu turističku valorizaciju kulture (Geić, 2011).

### **5.3.1. Venecijanski karneval**

Karneval u Veneciji predstavlja najstariji europski festival. Održava se jednom godišnje u razdoblju prije korizme. Tijekom festivala grad preuzimaju povorke pod maskama. Maske su oduvijek bile glavno obilježje Venecijanskog karnevala. Venecijanske maske mogu se izrađivati od materijala poput kože, porculana ili korištenjem tradicionalne tehnike staklarstva. U početku su bile jednostavne u dizajnu i ukrašavanju, često služeći kao simboličkoj i praktičnoj svrsi. Danas se većina talijanskih maski izrađuje korištenjem gessa i zlatnih listića te se ručno oslikavaju, uz upotrebu prirodnog perja i dragog kamenja za ukrašavanje. Karneval ima svoje korijene još iz srednjeg vijeka i održavao se nekoliko stoljeća prije nego što je ukinut 1797. godine. Tradicija je ponovno oživljena 1979. godine (<https://www.venice-carnival-italy.com/>, pristup: 1.09.2024).

### **5.3.2. Festival di Sanremo**

Festival di San Remo, odnosno „festival talijanske pjesme“ održava se od 1951. godine u ljetovalištu Sanremo. Najpoznatije je i najdugovječnije glazbeno natjecanje u Italiji. Festival je poznat po predstavljanju novih talijanskih pjesama i izvođača, a često se smatra odskočnom daskom za noge karijere u glazbenoj industriji. Pobjednička pjesma festivala često predstavlja Italiju na Euroviziji (<https://www.visititaly.eu/latest-news/sanremo-festival-all-the-information-in-advance>, pristup: 1.09.2024).



### 5.3.3. Venecijanski filmski festival

Venecijanski filmski festival, međunarodni je filmski festival. Prvi festival održan je 1932. godine kao dio Venecijanskog bijenala. Od 1934. godine održava se svake godine krajem kolovoza i početkom rujna. Cilj festivala je podići svijest i promovirati međunarodnu kinematografiju u svim njenim oblicima kao umjetnost, zabavu i industriju, uz naglasak na slobodi i dijalogu. Dio programa posvećen je unapređenju restauracije klasičnih filmova, s ciljem boljeg razumijevanja povijesti kinematografije. Glavna nagrada je „Zlatni lav“, dodjeljuje se za najbolji film i mnoge druge nagrade (<https://www.labiennale.org/en/cinema/2024/81st-festival>, pristup: 1.09.2024).

### 5.4. Vinski i gastronomski turizam

Italija, zemlja u kojoj se živi „*La dolce vita*“. Italija je jedna od najvećih vinogradarskih zemalja na svijetu. Vina dolaze iz 20 vinskih regija Italije. Talijanske vinske regije raznolike su i autentične te predstavljaju različite i vrlo jedinstvene vinarske tradicije i nasljeđe. Polovica proizvodnje u vinskoj regiji u Italiji sastoji se od crnog vina, a druga polovica od bijelog vina. Pojedina vinska proizvodna područja uvrštena su na UNESCO-ov popis svjetske baštine. Poput vinorodnih krajolika Pijemonta, Langhe- Roera i Monferrata; brda Prosecca Conegliano i Valdobbiadene i mladice vinove loze Pantelleria. Većina vina u Italiji dolazi iz četiri regije: Veneto, Apulia, Toscana i otok Sicilija. Italija, poznata po svojoj bogatoj kulturi i dugoj vinskoj tradiciji vinogradarstva, ubraja se među zemlje s velikim brojem strogih oznaka izvornosti (DOC/DOCG). Prosecco je najpoznatije talijansko vino, riječ je o pjenušavom vinu proizvedenom u vinskoj regiji Veneto. Vinarije diljem Italije nude veliki izbor degustacija vina i izleta (<https://www.winetourism.com/wine-country/italy/> , pristup: 7.09.2024).

Italija je već dugo nezaobilazna destinacija za ljubitelje hrane. Svaka regija Italije nudi jedinstvena jela i specijalitete, od jednostavnih, do složenih gurmanskih jela. Talijanska kuhinja temelji se na svježim i kvalitetnim sastojcima, poput maslinovog ulja, svježeg povrća, sireva, mesa, ribe i tjestenine. Talijanska gastronomija snažno je povezana s lokalnim identitetom, svaki grad i regija imaju svoja prepoznatljiva jela i tehnike kuhanja (<https://www.jacadatravel.com/europe/italy/travel-guides/guide-to-italian-cuisine/>, pristup: 8.09.2024).

Ključni elementi talijanske gastronomije su (<https://www.jacadatravel.com/europe/italy/travel-guides/guide-to-italian-cuisine/>, pristup: 8.09.2024):

- **Tjestenina:** simbol talijanske kuhinje, dolazi u mnogo različitih oblika i veličina. Jela uključuju špagete, tagliatelle, penne i ravioli, koja se obično poslužuju uz različite umake poput bolognese, carbonara i pesto.
- **Pizza:** tradicionalna napuljska Marhgarita, s sastojcima poput rajčice, mozzarelle i bosiljka, globalni je fenomen.
- **Sirevi:** Italija je dom nekih od najpoznatijih svjetskih sireva, kao što su, parmigiano-reggiano, mozzarella, ricotta, gorgonzola i pecorino.
- **Riba i plodovi mora:** obalni dijelovi Italije, posebno Ligurnija, Kampanija i Sicilija, poznate su po svježoj ribi i plodovima mora. Jela poput fritto misto (mješavina prženih plodova mora) i linguine alle vongole (tjestenina s školjkama) vrlo su popularna.
- **Deserti:** talijanski deserti uključuju tiramisu, panna cotta, cannoli i gelato. Svaka regija ima svoje specijalitete, a slastice su četo inspirirane lokalnom tradicijom i sezonskim sastojcima voća.

Slika 9: Vinska karta Italije



Izvor: <https://travel-advisor.eu/karta-italije/> (pristup:7.09.2024.)

## **6. ISTRAŽIVANJE PREPOZNATLJIVOSTI TURISTIČKIH PROIZVODA ITALIJE I PREFERENCIJE POSJETITELJA**

U prethodnim poglavljima dotaknuli smo se kulturno-povijesne baštine i turističkih atrakcija Italije kao jedne od zemalja s vodećim brojem turista. U nastavku rada biti će prikazani rezultati provedenog istraživanja o prepoznatljivosti turističkih proizvoda Italije i preferenciji posjetitelja.

### **6.1. Metodologija istraživanja**

Italija je jedna od najprivlačnijih turističkih destinacija u svijetu, koja svake godine privlači milijune posjetitelja zahvaljujući bogatoj kulturno-povijesnoj baštini, izvrsnoj gastronomskoj ponudi te prekrasnim plažama i vinogradima. Predmet ovog istraživanja je utvrditi koliko ispitanici znaju o Italiji kao turističkoj destinaciji te istražiti njihove motive, potrošnju i preferencije. Cilj je analizirati motive posjeta te utvrditi koje su turističke destinacije Italije najprivlačnije ispitanicima. Istraživanje će ispitati i koji bi motivi potaknuli ispitanike na posjet Italiji te što bi željeli posjetiti. Uz to, istraživanje će utvrditi preferencije ispitanika u vezi s vrstom smještaja, vrstom prijevoza, duljinom boravka i iznosom novca koji su spremni izdvojiti za putovanje te koje bi bile potencijalne prepreke prilikom putovanja u Italiju.

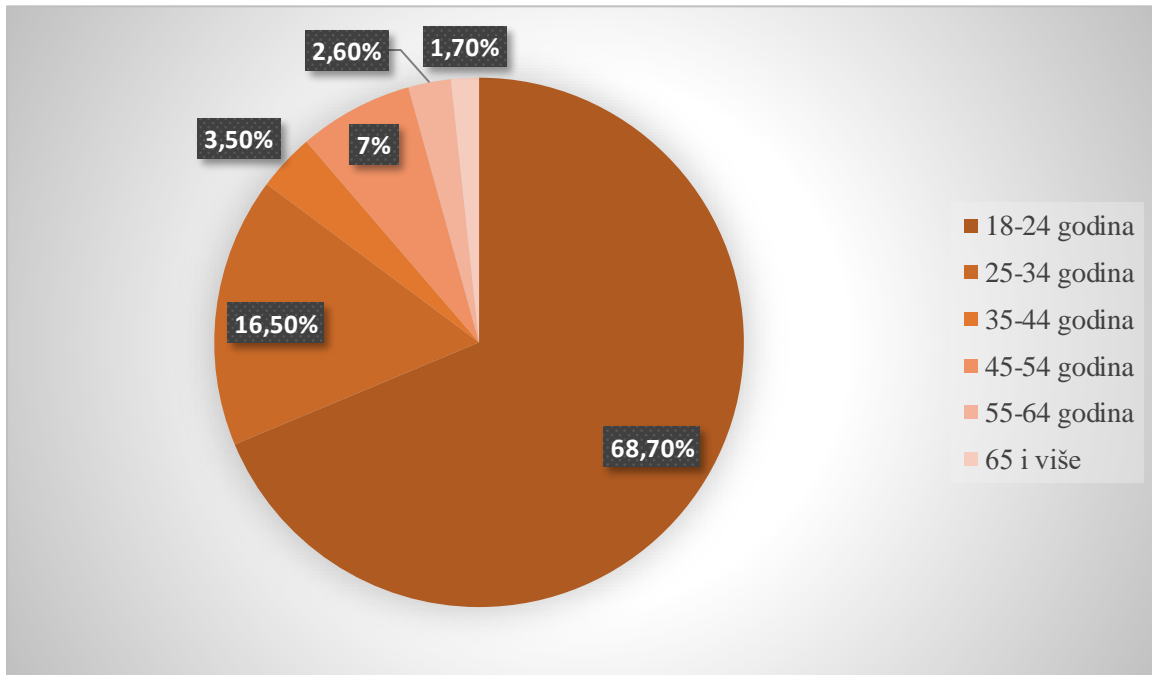
U ovom radu je provedeno opisno istraživanje primjenom metode ispitivanja. Za potrebe ispitivanja korišten je anketni upitnik u aplikaciji *Google Forms* u razdoblju od 8. do 24. svibnja 2024. godine. Istraživanje je provedeno na uzorku od 115 ispitanika. Ispitanici su bili nasumično odabrani iz različitih skupina i mjesta. Podaci su obrađeni korištenjem programa *Excel* za obradu podataka.

### **6.2. Karakteristika uzorka**

Od ukupno 115 ispitanika, 80% ispitanika je pripadalo ženskoj populaciji dok je 20% pripadalo muškoj populaciji. Grafikon 1 prikazuje dobnu strukturu ispitanika, najveći udio 68,70% čine ispitanici u dobi od 18 do 24 godine. Zatim slijedi dobnu skupina od 25 do 34 godine s 16,50%, a nakon toga slijedi skupina ispitanika od 45 do 54 godine s 7%. Dobna

skupina od 35 do 44 godine predstavlja 3,50% ispitanika, dok 2,60% čine ispitanici u dobi od 55 do 64 godine. Najmanji udio ispitanika čine stariji od 65 godina, a to je 1,70%.

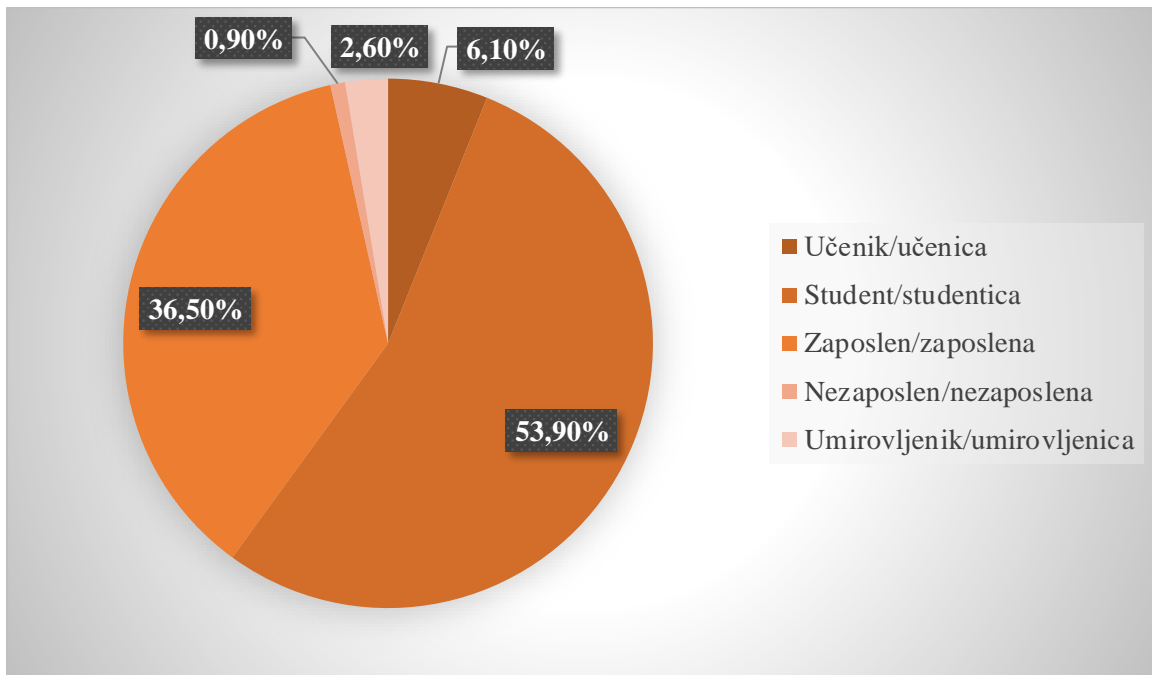
**Grafikon 1:** Dobna struktura ispitanika



**Izvor:** Izrada autora

Prema stupnju obrazovanja najveći broj ispitanika je završio srednju školu, njih 81,70%. Preddiplomski studij obrazovanja završilo je 12,20% ispitanika, dok je diplomski studij završilo 4,30% ispitanika. Završenu osnovnu školu ima 1,70% ispitanika. Sa završenim poslijediplomskim studijem nije bilo niti jednog ispitanika. Grafikon 2 prikazuje trenutni status ispitanika. Najveći dio ispitanika su studenti (53,90%), dok 36,50% čine zaposlene osobe. Učenici čine 6,10% ispitanika, dok umirovljenici čine 2,60% ispitanika. Najmanje zastupljene su nezaposlene osobe s 0,90%.

**Grafikon 2:** Trenutni status ispitanika



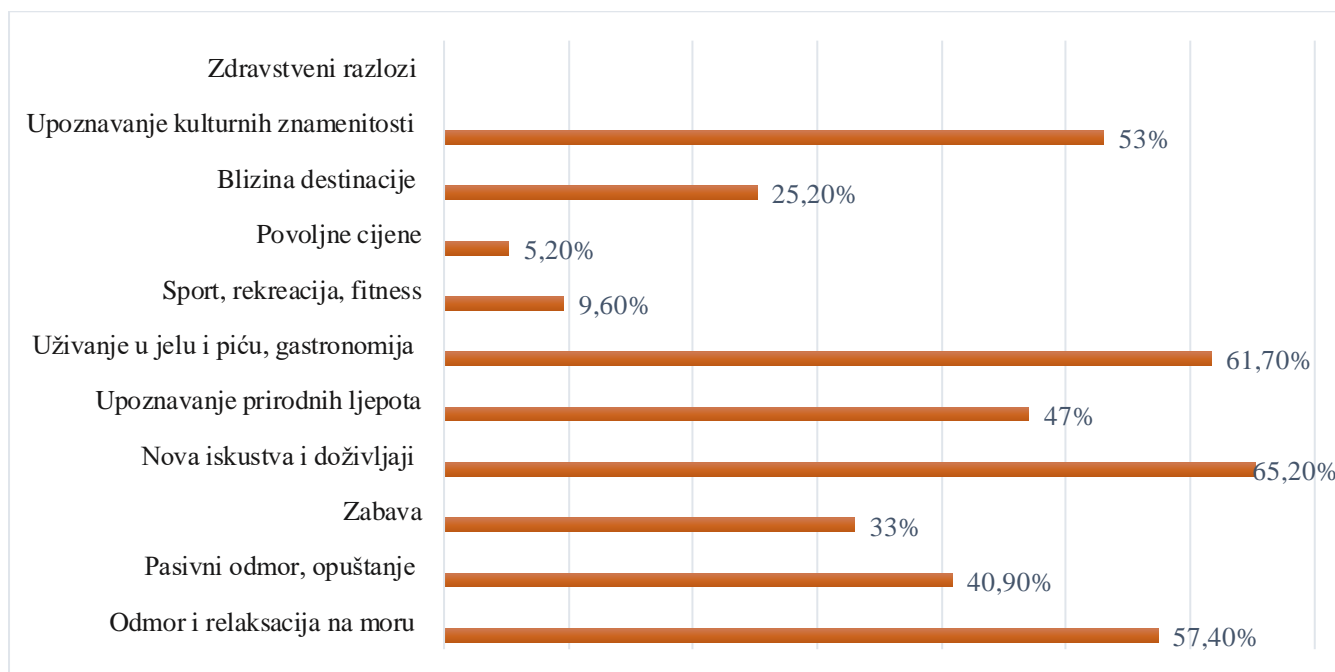
**Izvor:** Izrada autora

### 6.3. Rezultati istraživanja

Na pitanje jesu li ispitanici ikada posjetili Italiju, njih 41,70% dalo je potvrdni odgovor, a 58,30% ispitanika nikada nije posjetilo Italiju. Na pitanje o glavnom gradu Italije, 97,4% ispitanika ispravno je odgovorilo da je to Rim. Gradovi kao što su Milano, Venecija i Napulj dobili su svaki po 0,90% glasova ispitanika.

Grafikon 3 pokazuje motive ispitanika za odlazak u Italiju. Motivi odlaska u Italiju su sljedeći: nova iskustva i doživljaji; uživanje u jelu i piću, gastronomija; odmor i relaksacija na moru; upoznavanje kulturnih znamenitosti; upoznavanje prirodnih ljepota; pasivni odmor, opuštanje; zabava; blizina destinacije; sport, rekreacija i fitness; povoljne cijene; zdravstveni razlozi.

**Grafikon 3: Motivi ispitanika za odlazak u Italiju**



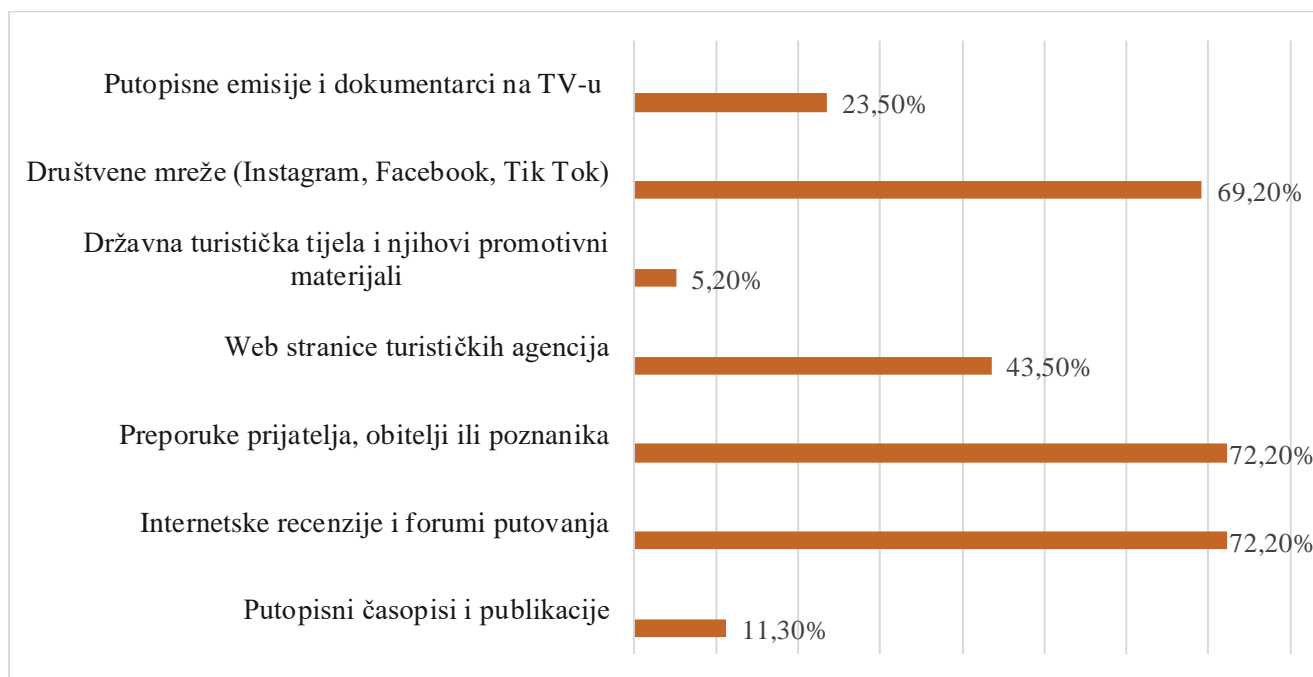
**Izvor:** Izrada autora

Na pitanje smatrate li da su Hrvati upoznati s kulturno-povijesnom baštinom i turističkim atrakcijama Italije ispitanici su mogli odgovoriti na ljestvici od 1 do 5, pri čemu 1 označava „nisu upoznati“, a 5 označava „izrazito su upoznati“. Ocjenu 1 dalo je 4,30% ispitanika, ocjenu 2 njih 21,70%, ocjenu 3 njih 54,80%, ocjenu 4 dalo je 18,30%, a ocjenu 5 tek 0,90% ispitanika.

Sljedeće pitanje bilo je da li su ispitanici upoznati s kulturno-povijesnom baštinom i turističkim atrakcijama Italije. Vlastitu upoznatost mogli su ocijeniti putem ljestvice od 1 do 5. Pri čemu 1 označava „nisu upoznati“, a 5 označava „izrazito su upoznati“. Ocjenu 1 dalo je 7% ispitanika, ocjenu 2 njih 20,90%, ocjenu 3 njih 41,70%, ocjenu 4 dalo je 26,10%, a ocjenu 5 samo 4,30% ispitanika.

Na pitanje koji su glavni izvori informacija kada se radi o odabiru destinacije, većina ispitanika odabrala je da su to internetske recenzije i forumi putovanja 72,20%, preporuka prijatelja, obitelji ili poznanika 72,20%, društvene mreže 69,60%, web stranice turističke agencije 43,50%, putopisne emisije i dokumentarci na TV-u 23,50% , putnički časopisi i publikacije 11,30% i posljednje su državna turistička tijela i njihovi promotivni materijali 5,20%.

**Grafikon 4:** Glavni izvor informacija o odabiru destinacije

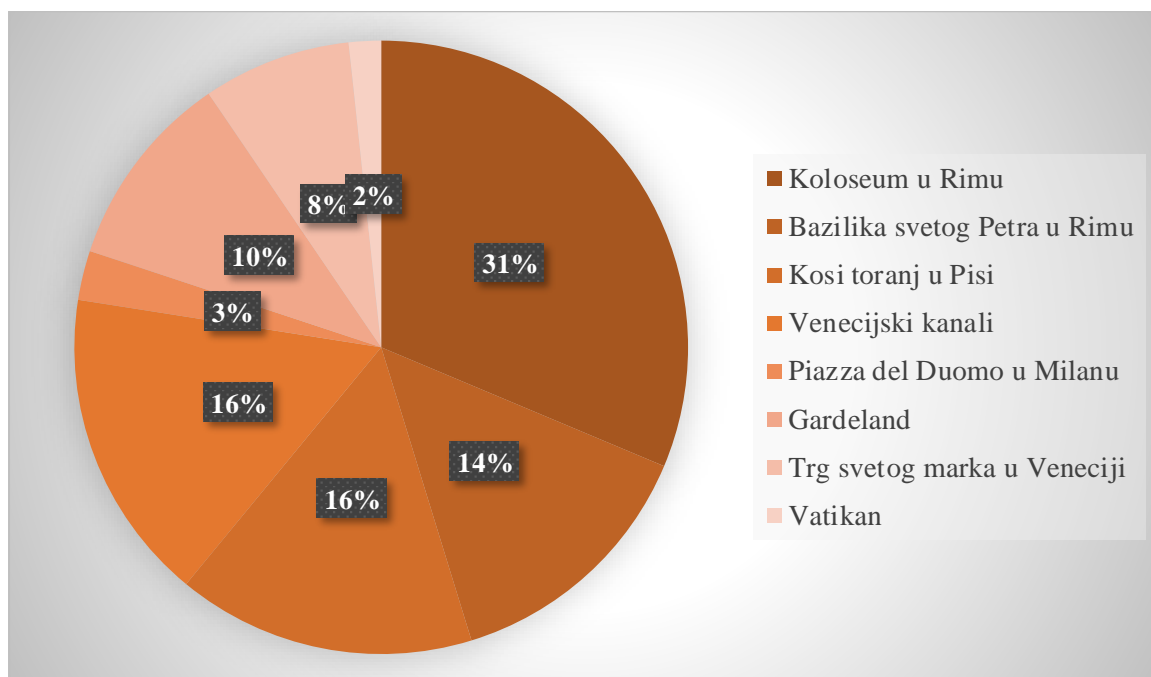


**Izvor:** Izrada autora

Na pitanje koja je prva asocijacija ispitanika kada pomisle na Italiju, najčešći odgovor je bio Rim s 68,70%, zatim Venecija s 61,70%. Gastronomija Italije asociira 44,30% ispitanika, dok Koloseum asociira njih 38,30%. Umjetnost Italije asociira 32,20% ispitanika, moda Italije je prepoznatljiva posvuda te 23,50% ispitanika odgovara da im je to prva asocijacija. Zatim slijede poznati talijanski vinogradi sa 20,90%, a nakon toga i plaže i obala sa 15,70% ispitanika. Gardeland je asocijacija 1,70% ispitanika te sport također. Toscana i Vatikan s 0,90% svaki pojedinačno.

Grafikon 5 pokazuje koje su turističke atrakcije Italije najpoznatije prema mišljenju ispitanika. Na prvom mjestu je Koloseum u Rimu s 31,30%, zatim slijede Venecijski kanali (16,50%), Kosi toranj u Pisi (15,70%), Bazilika svetog Petra u Vatikanu (13,90%), Gardeland (10,40%), Trg svetog Marka u Veneciji (7,80%), Piazza del Duomo u Milanu (2,60%) i pod poljem *ostalo* 1,70% ispitanika je dodalo da bi najpoznatija turistička atrakcija Italije bio Vatikan.

**Grafikon 5:** Najpoznatije turističke atrakcije Italije

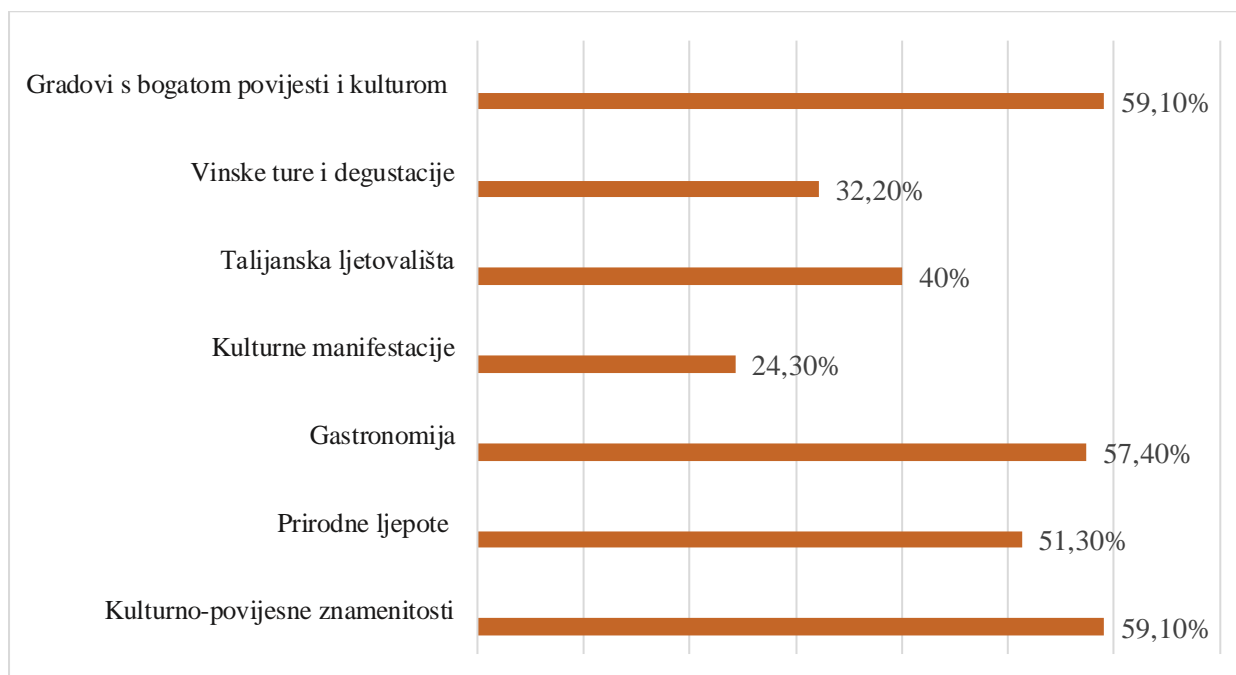


**Izvor:** Izrada autora

Grafikon 6 pokazuje koje atrakcije i aktivnosti bi ispitanici najviše željeli posjetiti tijekom posjeta Italiji. Najviše odgovora imaju kulturno-povijesne znamenitosti s 59,10% odgovora, te gradovi s bogatom povijesti i kulturom također s 59,10% odgovora. Zatim slijede gastronomija (57,40%), prirodne ljepote (51,30%), talijanska ljetovališta (40%), vinske ture i degustacija vina (32,20%) i najmanji broj glasova imaju kulturne manifestacije (24,30%).



**Grafikon 6:** Atrakcije i aktivnosti ispitanika prilikom posjeta Italiji



**Izvor:** Izrada autora

Koliko su ispitanici upoznati s gastronomskom ponudom Italije prikazano je pomoću ljestvice od 1 do 5, pri čemu 1 označava „nisam poznat/upoznata“, a 5 „izrazito upoznat/upoznata“. Najveći dio ispitanika dao je ocjenu 3, njih 40%, dok je 27,80% ispitanika dalo ocjenu 4. Ocjenu 2 dalo je 14,80% ispitanika, dok je 11,30% ispitanika je dalo ocjenu 5. Najmanju ocjenu 1 dalo je 6,10% ispitanika koji smatraju da nisu upoznati s gastronomskom ponudom Italije.

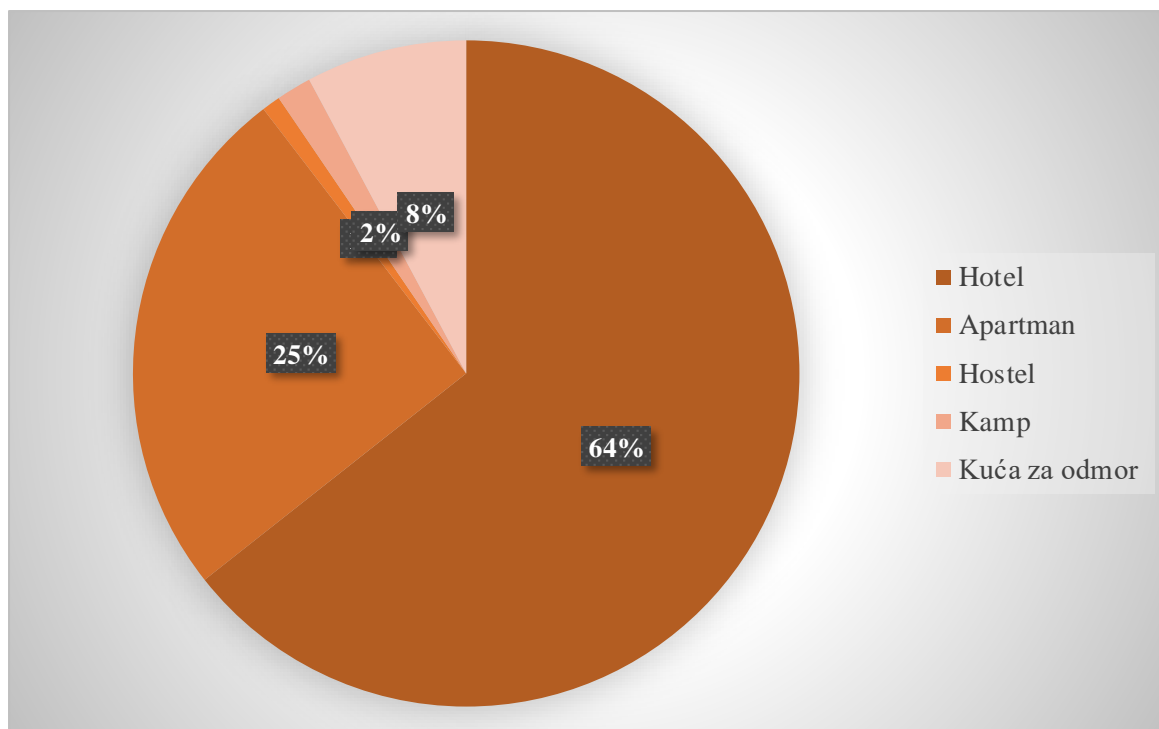
Na pitanje koje je najpoznatije jelo Italije najviše ispitanika odgovorilo je da je to Pizza (75,70%). Slijede Spaghetti Carbonara (14,80%), Lazanje (3,50%), Raviolli (3,5%), Tiramisu (1,7%) i Risotto alla milanese (0,90%).

Na pitanje koje sredstvo prijevoza bi koristili za putovanje u Italiju, najviše ispitanika odabralo je da bi to bio osobni automobil, njih 39,10%. Nakon toga slijede zrakoplov 33%, autobus 23,50%, plovilo 3,50% i vlak 0,90%. Kamperom na putovanje ne bi išao nitko od ispitanika.

Grafikon 7 pokazuje koju vrstu smještaja bi odabrali ispitanici prilikom putovanja u Italiju. Većina ispitanika je dogovorila da bi to bio hotel, njih 64,30%. Njih 25,20% odabralo bi

apartman, kuću za odmor odabralo bi 7,80% ispitanika. Za kamp bi se odlučilo 1,7% ispitanika, te za hostel 0,90% ispitanika.

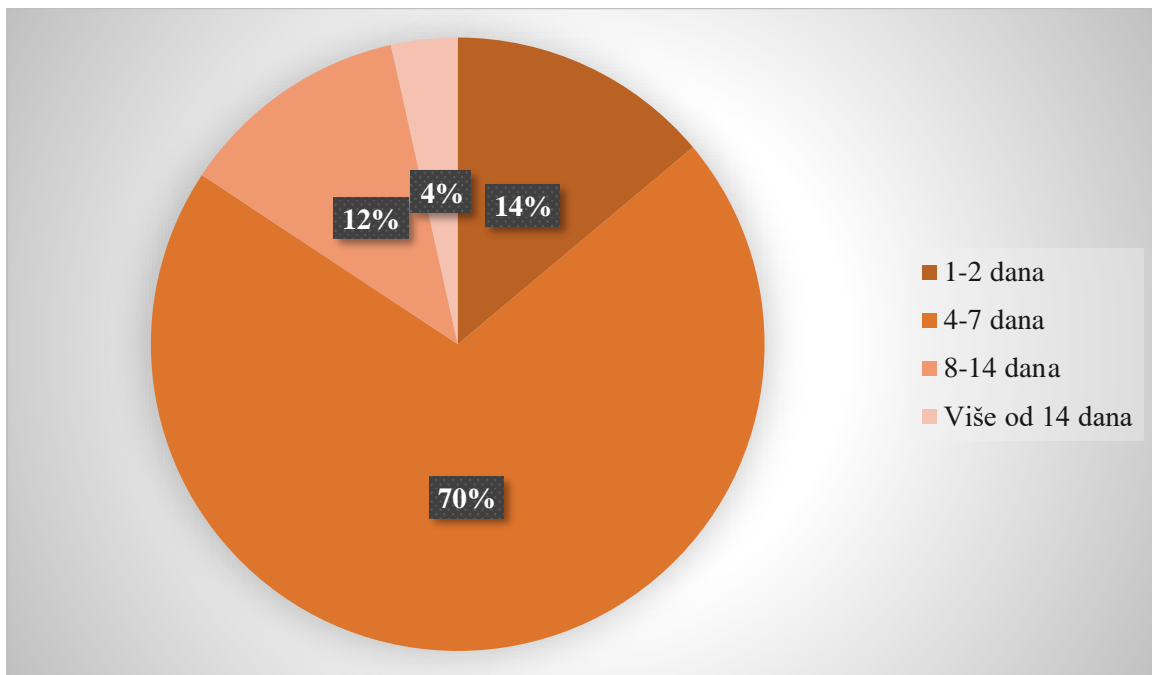
**Grafikon 7:** Vrste smještaja ispitanika u Italiji



**Izvor:** Izrada autora

Na pitanje koliko bi dana izdvojili za putovanje u Italiju. Većina ispitanika, njih 70,40% ostala bi 4-7 dana, 13,90% ispitanika ostalo bi 1-3 dana, 12,20% ispitanika ostalo bi 8-14 dana, a više od 14 dana ostalo bi 3,50% ispitanika.

**Grafikon 8:** Dani boravka ispitanika u Italiji

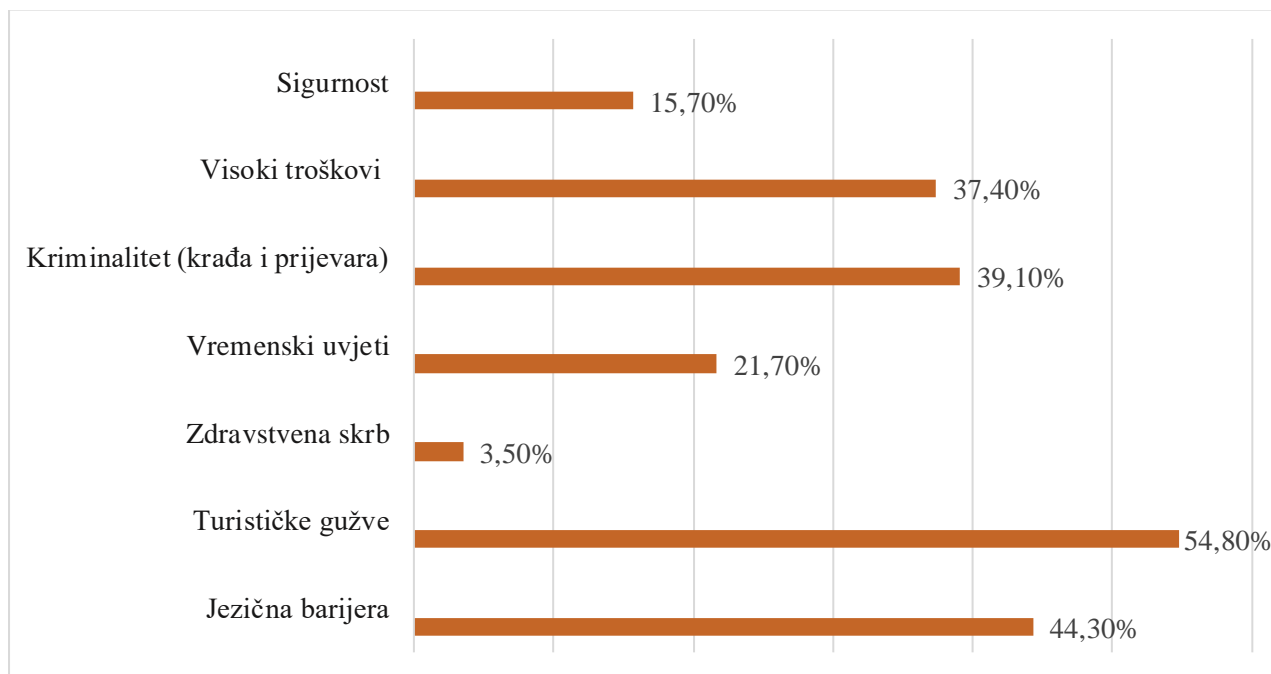


**Izvor:** Izrada autora

Na pitanje koliko bi novčanih sredstava ispitanici izdvojili na putovanje u Italiju, najveći broj ispitanika njih 43,50% odgovorilo je da bi to bilo 1.000,00 - 2.000,00 eura. Za odgovor nisam siguran/sigurna, ovisno o destinaciji odlučilo se 34,80% ispitanika. Njih 14,80% odlučilo bi se za novčani iznos manji od 500,00 eura. Iznos 2.000,00 - 3.000,00 eura izdvojilo bi 6,10% ispitanika, te iznos viši od 3.000,00 eura izdvojilo bi 0,90% ispitanika. Na pitanje koji način organizacije putovanja bi ispitanici odabrali prilikom posjeta Italiji, njih 61,70% je odgovorilo da bi to bila vlastita organizacija, a 38,30% ispitanika je odgovorilo da bi organizaciju putovanja prepustili turističkoj agenciji.

Grafikon 9 pokazuje koje bi bile najveće prepreke ispitanika prilikom putovanja u Italiju. Kao najveću prepreku, 54,80% ispitanika odabralo je da bi to bile turističke gužve, 44,30% jezična barijera, 39,10% kriminalitet (krađa i prijevara), 37,40% visoki troškovi. Vremenski uvjeti zabrinjavaju 21,70% ispitanika, a sigurnost 15,70% ispitanika. Najmanji broj ispitanika zabrinjava zdravstvena skrb, njih 3,50%.

**Grafikon 9:** Prepreke ispitanika tijekom putovanja u Italiju



**Izvor:** Izrada autora

## 7. ZAKLJUČAK

Zaključak ovog rada temelji se na analizi turističkih atrakcija i kulturno- povijesne baštine Italije, jedne od najvažnijih turističkih destinacija u svijetu. Italija, sa svojom bogatom poviješću, arhitekturom, umjetnošću i jedinstvenom kulturnom baštinom, nudi raznolik spektar turističkih proizvoda koji privlače posjetitelje iz cijelog svijeta. Kroz istraživanje provedeno u ovom radu, pokazano je da su ispitanici svjesni turističkih vrijednosti Italije, a kulturno- povijesne znamenitosti i prirodne ljepote istaknute su kao glavni motivi za posjet.

Rezultati anketnog istraživanja, provedenog na uzorku od 115 ispitanika, pokazali su da većina ispitanika prepoznaje ključne atrakcije Italije, poput Koloseuma, Venecije i Vatikana. Ispitanici su također pokazali veliki interes za gastronomsku ponudu Italije, što potvrđuje važnost talijanske hrane i vina kao dijela turističkog iskustva. Italija, kao dom vina i autentične kuhinje, značajno doprinosi kreiranju jedinstvenog turističkog proizvoda koji kombinira kulturno, gastronomsko i prirodno bogatstvo.

Iako su ispitanici izrazili visok stupanj interesa za Italiju kao turističku destinaciju, istraživanje je također ukazalo na određene prepreke s kojima se posjetitelji suočavaju prilikom planiranja putovanja. Najčešće prepreke uključuju turističke gužve, jezične barijere i visoke troškove. Ovi izazovi mogu utjecati na ukupno iskustvo posjetitelja, a njihovo učinkovito rješavanje važno je za daljnji razvoj talijanske turističke ponude.

Osim toga, istraživanje je pokazalo da većina ispitanika koristi vlastitu organizaciju putovanja te da preferiraju smještaj u hotelima ili apartmanima. Preporuke prijatelja, obitelji i internetske recenzije ključni su izvori informacija prilikom odabira destinacija, što naglašava važnost digitalne promocije i prisutnosti Italije na relevantnim platformama.

Potencijal za daljnji rast leži u većoj prilagodbi turističke ponude potrebama modernih turista, uz istovremeno očuvanje autentičnosti destinacija. Kulturni turizam, uz specifične oblike poput vinskog i gastronomskog turizma, može dodatno obogatiti iskustvo posjetitelja, dok unaprjeđenje infrastrukture i usluga može doprinijeti povećanju zadovoljstva turista.

Na kraju, ovaj rad potvrđuje da Italija, unatoč izazovima, ostaje jedna od najvećih turističkih destinacija, privlačeći posjetitelje svojom raznolikošću, bogatom poviješću i jedinstvenom ponudom. Rezultati istraživanja ukazuju na potrebu za daljnjim razvojem održivog turizma i

promicanjem talijanske baštine, čime će Italija nastaviti bit atraktivna destinacija za turiste iz cijelog svijeta.



## LITERATURA

- 1) Biennale Cinema (2024). La Biennale di Venezia. Dostupno na: <https://www.labiennale.org/en/cinema/2024/81st-festival> (1.09.2024.)
- 2) Curić, Z., Glamuzina, N., Opačić, V.T. (2013). Geografija turizma: regionalni pregled. Zagreb. Naklada Lijevak.
- 3) Gardaland Park (2024). Gardaland. Dostupno na: <https://www.gardaland.it/en> (24.07.2024.)
- 4) Geić, S. (2011). Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilište u Splitu.
- 5) Golja, T. (2016). Menadžment u kulturi i turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
- 6) Gržinić J. (2014). Međunarodni turizam. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
- 7) Gržinić J. (2022). Međunarodni turizam II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
- 8) Hrvatska enciklopedija (2024). Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/italija#poglavlje3> (22.06.2024.)
- 9) Hrvatska enciklopedija (2024). Galerija Uffizi. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/galerija-uffizi> (1.09.2024.)
- 10) Hrvatska enciklopedija (2024). Vatikanski muzeji. Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/clanak/vatikanski-muzeji> (24.07.2024.)
- 11) Italija (2009). Italija. Zagreb: Profil International.
- 12) Jacada Travel (2024). The Ultimate Guide to Italian Cuisine. Dostupno na: <https://www.jacadatravel.com/europe/italy/travel-guides/guide-to-italian-cuisine/> (1.09.2024.)
- 13) Jelinčić, D.A. (2008). Abeceda kulturnog turizma. 2.izdanje. Zagreb: Meandermedia.
- 14) Jelinčić, D.A. (2010). Kultura u izlogu. Zagreb: Meandermedia.
- 15) Journal (2024). Jezero Como Dostupno na: <https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/jezero-como-italija-vodic-za-putovanja-savjeti-za-putovanja/> (24.07.2024.)
- 16) Kaldarin, B., Grabovac, V., Somek, P. (2021). UNESCO- vodič kroz svjetsku baštinu (najposebnija mjesta na Zemlji). Samobor: Meridijani.
- 17) Kušen, E. (2002). Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam.
- 18) Miličević, B. (1998). Rim- Vatikan. Zagreb, Grkokatolički župni ured Krista Kralja.
- 19) Putni Kofler (2023). Kosi toranj u Pisi. Dostupno na: <https://putnikofer.hr/mjesta/kosi-toranj-u-pisi/> (24.07.2024.)



- 20) Putni Kofer (2024). Što posjetiti u Firenci? Dostupno na: <https://putnikofer.hr/mjesta/sto-posjetiti-u-firenci-italija/> (1.09.2024.)
- 21) UNESCO (2024). Asis, bazilika i druga franjevačka mjesta. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/990> (1.09.2024.)
- 22) UNESCO (2024). Botanički vrt u Padovi. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/824> (1.07.2024.)
- 23) UNESCO (2024). Costiera Amalfitana. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/830> (1.07.2024.)
- 24) UNESCO (2024). Dolomiti. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/1237> (1.07.2024.)
- 25) UNESCO (2024). Grad Verona. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/797> (1.07.2024.)
- 26) UNESCO (2024). Mediteranska prehrana. Dostupno na: <https://ich.unesco.org/en/RL/mediterranean-diet-00884> (10.07.2024.)
- 27) UNESCO (2024). Pompeji. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/829> (1.07.2024.)
- 28) UNESCO (2024). Portovenere, Cimq̄e Terre i otoci. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/826> (1.07.2024.)
- 29) UNESCO (2024). Povijesno središte Napulja. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/726> (1.09.2024.)
- 30) UNESCO (2024). Povijesno središte Rima, posjedi Svete Stolice u tom gradu koji uživaju izvan teritorijalna prava i San Paolo Fuori le Mura. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/91> (1.09.2024.)
- 31) UNESCO (2024). Praksa opernog pjevanja u Italiji. Dostupno na: <https://ich.unesco.org/en/RL/the-practice-of-opera-singing-in-italy-01980> (10.07.2024.)
- 32) UNESCO (2024). Proslava velikih procesijskih struktura koje se nose na ramenima. Dostupno na: <https://ich.unesco.org/en/RL/celebrations-of-big-shoulder-borne-processional-structures-00721> (10.07.2024.)
- 33) UNESCO (2024). Tradicionalna izrada violina u Cremoni. Dostupno na: <https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-violin-craftsmanship-in-cremona-00719> (10.07.2024.)

- 34) UNESCO (2024). Umijeće suhozida, znanja i tehnike. Dostupno na: <https://ich.unesco.org/en/RL/art-of-dry-stone-walling-knowledge-and-techniques-01393> (10.07.2024.)
- 35) UNESCO (2024). UNESCO Intangible Heritage Italy Dostupno na: <https://ich.unesco.org/en/state/italy-IT?info=elements-on-the-lists> (10.07.2024.)
- 36) UNESCO (2024). UNESCO World Heritage Convention Italy. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/it/> (22.06.2024.)
- 37) UNESCO (2024). Via Appia. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/824> (1.07.2024.)
- 38) UNESCO (2024). Vila d' Este Tivoli. Dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/1025> (1.07.2024.)
- 39) Valčić, M. (2018). Turizam i kultura. Zagreb: Naklada Jurčić.
- 40) Venice-carnival-italy.com (2024). Venice Carnival. Dostupno na: <https://www.venice-carnival-italy.com/> (1.09.2024.)
- 41) VisitItaly.eu (2024). Sanremo festival. Dostupno na: <https://www.visititaly.eu/latest-news/sanremo-festival-all-the-information-in-advance> (1.09.2024.)
- 42) Vodič kroz Rim (2024). Rimski forum. Dostupno na: <https://www.vodickrozrim.info/sta-videti/rimski-forum/> (24.07.2024.)
- 43) WineTourism.com (2024). Italy Wine region Dostupno na: <https://www.winetourism.com/wine-country/italy/> (1.09.2024.)

## POPIS ILUSTRACIJA

### Popis slika

<b>Slika 1:</b> Rimski koloseum .....	18
<b>Slika 2:</b> Rimski forum.....	19
<b>Slika 3:</b> Fontana di Trevi.....	20
<b>Slika 4:</b> Pantheon .....	21
<b>Slika 5:</b> Kosi toranj u Pisi .....	22
<b>Slika 6:</b> Milanska katedrala.....	23
<b>Slika 7:</b> Trg i Bazilika svetog Petra.....	27
<b>Slika 8:</b> Bazilika svetog Franje u Assisiju.....	28
<b>Slika 9:</b> Vinska karta Italije.....	33

### Popis grafikona

<b>Grafikon 1:</b> Dobna struktura ispitanika .....	35
<b>Grafikon 2:</b> Trenutni status ispitanika.....	36
<b>Grafikon 3:</b> Motivi ispitanika za odlazak u Italiju .....	37
<b>Grafikon 4:</b> Glavni izvor informacija o odabiru destinacije.....	38
<b>Grafikon 5:</b> Najpoznatije turističke atrakcije Italije.....	39
<b>Grafikon 6:</b> Atrakcije i aktivnosti ispitanika prilikom posjeta Italiji.....	40
<b>Grafikon 7:</b> Vrste smještaja ispitanika u Italiji .....	41
<b>Grafikon 8:</b> Dani boravka ispitanika u Italiji .....	42
<b>Grafikon 9:</b> Prepreke ispitanika tijekom putovanja u Italiju.....	43

## PRILOZI

Anketni upitnik korišten u svrhu istraživanja

Odjeljak 1 od 2

### Kulturno-povijesna baština i turističke atrakcije Italije



**B** *I* U ↻ ✕

Poštovani,

studentica sam 3. godine preddiplomskog studija Menadžment turizma i sporta na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu.

Ovaj anketni upitnik provodi se s ciljem prikupljanja informacija potrebnih za završni rad na temu "Kulturno-povijesna baština i turističke atrakcije Italije". Anketa je namijenjena osobama starijima od 18 godina, te je anonimna i prikupljeni podaci biti će korišteni isključivo u svrhu istraživanja. Molim Vas da odvojite svega nekoliko minuta kako biste ispunili ovu anketu.

Unaprijed Vam se zahvaljujem na sudjelovanju i odvojenom vremenu!

Ena Ožvatić

Kojeg ste spola? \*

Žensko

Muško

Odaberite Vašu dobnu skupinu. \*

- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 - 64
- 65 i više

Koji je Vaš trenutni status? \*

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

Koju razinu obrazovanja posjedujete? \*

- Nezavršena osnovna škola
- Završena osnovna škola
- Srednja škola
- Završen preddiplomski studij
- Završen diplomski studij
- Završen poslijediplomski studij

Nakon odjeljka 1 Nastavi na sljedeći odjeljak

Odjeljak 2 od 2

Odjeljak bez naslova



Opis (po izboru)

Jeste li ikada posjetili Italiju? \*

- Da
- Ne

---

Koji je glavni grad Italije? \*

- Rim
- Milano
- Firenca
- Venecija
- Napulj
- Bologna
- Palermo

---

Koji bi bio Vaš motiv odlaska u Italiju? (Moguće je odabrati više odgovora) \*

- Odmor i relaksacija na moru
  - Pasivni odmor, opuštanje
  - Zabava
  - Nova iskustva i doživljaji
  - Upoznavanje prirodnih ljepota
  - Uživanje u jelu i piću, gastronomija
  - Sport, rekreacija, fitness
  - Povoljne cijene
  - Blizina destinacije
  - Upoznavanje kulturnih znamenitosti
  - Zdravstveni razlozi
-

Smatrate li da su Hrvati upoznati s kulturno-povijesnom baštinom i turističkim atrakcijama Italije? \*

	1	2	3	4	5	
Nisu upoznati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito su upoznati

Smatrate li da ste Vi upoznati s kulturno-povijesnom baštinom i turističkim atrakcijama Italije? \*

	1	2	3	4	5	
Nisam upoznat/a	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito sam upoznat/a

☰

Koji su Vaši glavni izvori informacija kada se radi o odabiru destinacije? \*  
(Moguće je odabrati više odgovora)

- Putnički časopisi i publikacije
- Internetske recenzije i forumi putovanja
- Preporuke prijatelja, obitelji ili poznanika
- Web stranice turističkih agencija
- Državna turistička tijela i njihovi promotivni materijali
- Društvene mreže (Instagram, Facebook, Tik Tok)
- Putopisne emisije i dokumentarci na TV-u



Koja Vam je prva asocijacija, kada Vam netko spomene Italiju? \*

(Moguće je odabrati više odgovora)

- Gastronomija
- Rim
- Koloseum
- Moda
- Venecija
- Umjetnost
- Vinogradi
- Plaže i obala
- Ostalo...

Koja je po Vama najpoznatija turistička atrakcija Italije? \*

- Koloseum
- Bazilika svetog Petra
- Kosi toranj u Pisi
- Venecijski kanali
- Piazza del Duomo
- Gardeland
- Trg svetog Marka
- Ostalo...

Koje biste atrakcije ili aktivnosti najviše željeli posjetiti tijekom posjeta Italiji? \*

(Moguće je odabrati više odgovora)

- Kulturno-povijesne znamenitosti (Koloseum, Bazilika svetog Petra, Milanska katedrala, Venecijski kanali, ...)
- Prirodne ljepote (Dolomiti, Jezero Como, NP Cinque Terre, Sicilija, itd.)
- Gastronomija (Posjeta lokalnim restoranima i isprobavanje tradicionalnih jela kao što su pasta, pizza, ris...)
- Kulturne manifestacije (Venecijski karneval, Festival Sanremo, Festival La Notte Bianca, Palio di Siena, itd.)
- Talijanska ljetovališta (Rimini, Portofino, Capri, Amalfi, itd.)
- Vinske ture i degustacije (Toskana, Pijemont, Veneto, Sicilija, Umbrija, itd.)
- Gradovi s bogatom povijesti i kulturom (Rim, Venecija, Milano, Firenca, itd.)

Jeste li upoznat/a s gastronomskom ponudom Italije? \*

	1	2	3	4	5	
Nisam upoznat/a	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izrazito sam upoznat/a

Koje je po Vama najpoznatije jelo Italije? \*

- Pizza
- Spaghetti Carbonara
- Risotto alla Milanese
- Laganje
- Tiramisu
- Ossobuco alla Milanese
- Caprese salata
- Ravioli
- Cannelloni
- Ostalo...

Koje sredstvo prijevoza biste koristili za putovanje u Italiju? \*

- Osobni automobil
- Autobus
- Zrakoplov
- Vlak
- Kamper
- Plovilo
- Ostalo...

Koju vrstu smještaja biste odabrali? \*

- Hotel
- Apartman
- Hostel
- Kamp
- Kuću za odmor
- Ostalo...

Koliko dana biste izdvojili za putovanje u Italiju? \*

- 1-3 dana
- 4-7 dana
- 8-14 dana
- Više od 14 dana

Koliko biste novčanih sredstava izdvojili za putovanje u Italiju? \*

- Manje od 500,00 eura
- 1.000,00-2.000,00 eura
- 2.000,00-3.000,00 eura
- Više od 3.000,00 eura
- Nisam siguran/sigurna, ovisno o destinaciji

Koji način organizacije putovanja biste odabrali? \*

- Vlastita organizacija
- Turistička agencija
- Turoperator

Koje bi bile Vaše glavne prepreke prilikom putovanja u Italiju? \*

(Moguće je odabrati više odgovora)

- Jezična barijera
- Turističke gužve
- Zdravstvena skrb
- Vremenski uvjeti
- Kriminalitet (krađa i prijevara)
- Visoki troškovi smještaja i hrane
- Sigurnost